



Onderzoek met betrekking tot een geeffbeleid in Vlaanderen

Finaal rapport | 30 maart 2017

Op vraag van:

Departement Cultuur, Jeugd en Media
Stafdienst Informatie en kennismanagement

Contactpersoon voor dit rapport

Isabelle De Voldere
Senior expert Cultural and Creative Sectors

T: +32 2 300 85 04
isabelle.devoldere@ideaconsult.be

IDEA Consult NV
Kunstlaan 1-2, bus
B – 1210 Brussel

T: +32 2 282 17 10
F: +32 2 282 17 15
info@ideaconsult.be

www.ideaconsult.be

INHOUDSTAFEL

1/	Verdere versterking van het aanvullende financieringslandschap voor cultuur als uitgangspunt	3
1.1	Kennishiaten rond geven aan cultuur in Vlaanderen wegwerken	3
1.2	Leeswijzer	4
2/	Afbakening	6
2.1	Focus op geven bij leven	6
2.2	Verschillende partijen in de gever-ontvanger relatie	6
2.3	Definitie culturele sector	6
3/	Luik 1: Scherpstellen boekhoudkundig-fiscaal kader voor "geven aan cultuur"	8
4/	Luik 2: Profielschets van Vlaamse gevers aan cultuur	31
4.1	Vlaamse burgers en gezinnen	31
4.2	Bedrijven	47
4.3	Ontvangende culturele initiatieven	51
5/	Aanbevelingen voor een meer performant Vlaams geefbeleid voor cultuur	56
BIJLAGEN		
1/	Bijlage 1: Vragenlijst online bevraging Vlaamse burgers	64
2/	Bijlage 2: Resultaten online bevraging Vlaamse burgers	78
3/	Bijlage 3: Deelnemers focusgroepen	103

1/ Verdere versterking van het aanvullende financieringslandschap voor cultuur als uitgangspunt

Voorliggend onderzoek past in het bredere traject rond aanvullende financiering voor cultuur dat in de Cultuur beleidsnota 2014-2019 op de agenda werd geplaatst als één van de belangrijke werkpunten.

Dit traject werd in juli 2015 door Minister van Cultuur Sven Gatz opgestart. Samen met o.m. de Vlaamse Erfgoedbibliotheek, het Vlaams Fonds voor de Letteren en IDEA Consult stelde de minister de recente toolboxes voor EU-financiering en 'Vele kleintjes' voor, die actoren uit de CCS wegwijs maken in de mogelijkheden inzake aanvullende financiering via Europese subsidieprogramma's enerzijds en crowdfunding anderzijds. Met de studie "Onderzoek naar de mogelijkheden voor aanvullende financiering voor de culturele sector in Vlaanderen" van IDEA Consult¹ werd een belangrijke volgende bouwsteen in dit traject gelegd door het landschap voor aanvullende financiering voor cultuur in Vlaanderen te evalueren en bestaande hiaten bloot te leggen.

Dit onderzoek bouwt verder op enkele vaststellingen uit deze laatste studie, en gaat dieper in op "geven" als financieringsvorm.

1.1 Kennishiaten rond geven aan cultuur in Vlaanderen wegwerken

Onduidelijkheid rond fiscale en boekhoudkundige verwerking van "geven aan cultuur"

Er heerst grote onduidelijkheid rond de fiscale en boekhoudkundige verwerking van "geven aan cultuur", zowel langs de kant van de gever als de ontvanger, en dit zowel voor natuurlijke personen als rechtspersonen.

Zoals in de studie van IDEA Consult over aanvullende financiering voor cultuur² is beschreven, zijn er verschillende mogelijkheden voor individuen en/of organisaties om bij leven te 'geven' aan cultuur. Individuen kunnen bij leven geven via een gift, schenking of mecenaat. Organisaties kunnen geven via giften of het bedrijfsmecenaat.

Fiscale aftrek van geven

Geven kan ofwel rechtstreeks aan een individuele kunstenaar of culturele organisatie gebeuren, ofwel via een fonds³. Onder bepaalde voorwaarden is dit geven fiscaal aftrekbaar. Maar niet elke non-profitorganisatie heeft de toelating om een fiscaal attest af te leveren voor giften. Toch is deze fiscale stimulus belangrijk voor organisaties of verenigingen die giften willen ontvangen. Via de Koning Boudewijnstichting kunnen organisaties/verenigingen die geen eigen toelating hebben om zelf fiscale attesten af te leveren, mits een goedkeuring, een projectrekening, schenkerskring of culturele mecenaatsrekening opstarten bij KBS en aldus giften ontvangen waarvoor de schenkers toch een fiscaal attest ontvangen (voor giften vanaf EUR 40).

Bedrijfsmecenaat

Een specifieke vorm van filantropie betreft het bedrijfsmecenaat ('corporate giving'), d.i. de ondersteuning (in geld of natura) van initiatieven "van algemeen belang" door bedrijven. Het bedrijfsmecenaat verschilt van mecenaat door het feit dat het filantropisch initiatief uitgaat van een bedrijf en niet van een persoon. Anderzijds onderscheidt het bedrijfsmecenaat zich van sponsoring door het filantropische karakter: in tegenstelling tot sponsoring wordt er door het bedrijf geen "directe tegenprestatie" of impact op de handelsactiviteiten van het bedrijf verwacht.

In de praktijk zijn de grenzen tussen bedrijfsmecenaat, sponsoring en filantropie echter onduidelijk. Het bedrijfsmecenaat bevindt zich in realiteit vaak op de grens van sponsoring en puur altruïstisch mecenaat. Deze onduidelijke grenzen worden nog in de hand gewerkt door het fiscale kader waarbinnen men in België aan

¹ <https://cism.be/cultuur/onderzoek-en-publicaties/onderzoek-naar-de-mogelijkheden-van-aanvullende-financiering-voor-de>

² IDEA Consult, 2015, "Onderzoek naar de mogelijkheden van aanvullende financiering voor de culturele sector".

³ Zoals bijvoorbeeld de Koning Boudewijnstichting, de grootste en meest gekende organisatie in Vlaanderen die fondsen beheert



filantropie, bedrijfsmecenaat of sponsoring kan doen. Noch bedrijfsmecenaat, noch sponsoring zijn immers als dusdanig gedefinieerd in het Belgisch fiscaal systeem.

Op basis van bovenstaande, wordt duidelijk dat er veel onzekerheid is rond de fiscale en boekhoudkundige verwerking van "geven aan cultuur", zowel langs de kant van gever als de ontvanger en dit zowel voor natuurlijke personen als rechtspersonen. **Hieruit vloeit de eerste onderzoeksvraag uit deze studie voort: wat is het huidige juridische en fiscale kader van "geven aan cultuur" en wat zijn de voordelen langs de kant van de gever en de ontvanger?**

Geen inzicht in het profiel van Vlaamse gevers aan cultuur

Op dit ogenblik zijn er weinig tot geen gegevens beschikbaar over het profiel van Vlaamse gevers aan cultuur, noch voor individuen/ huishoudens, noch voor bedrijven.

Voor Vlaanderen is er enkel onderzoek gedaan naar het "geefgedrag aan organisaties in Vlaanderen"⁴. Hier wordt gefocust op individuele gevers. Uit de studie blijkt dat anno 2009 de Vlaming vooral geld en materiële zaken "geeft", eerder dan tijd. Er wordt ook een overzicht gemaakt van het type organisaties waaraan de Vlaming geeft, maar hier zijn culturele organisaties niet mee in opgenomen. Anderzijds tonen de resultaten van de Filantropiebarometer van de KBS/Itinera⁵ algemene motieven van Belgische schenkers om te geven, maar ook hier komt "geven aan cultuur" zeer beperkt aan bod. Tot slot zijn er 2 onderzoeken gebeurd door Ipsos in opdracht van de toenmalige Fortis Foundation Belgium (2005) en Prométhéa (2011) m.b.t. bedrijfsmecenaat in België. Uit het onderzoek uit 2011 leren we dat 20% van het geschatte totaalbedrag dat in België door bedrijven aan mecenaat/sponsoring wordt besteed naar "Cultuur en monumentenzorg" gaat. In dit onderzoek wordt er echter geen onderscheid gemaakt tussen sponsoring en mecenaat en wordt ook niet gepeild naar de specifieke motieven om aan cultuur te geven, de specifieke subsectoren waaraan wordt gegeven,...

In Nederland is er wel een langere traditie van dataverzameling rond filantropie, ook voor cultuur.

Sinds 1995 wordt het geefgedrag van huishoudens, individuen, fondsen, bedrijven en goede-doelenloterijen elke twee jaar in kaart gebracht en samengevoegd tot een macro-economisch overzicht. "Geven in Nederland"⁶ onderscheidt 8 maatschappelijke en goede doelen, waaronder cultuur. Daarenboven gaan recente publicaties zoals "Culturele Instellingen in Nederland – verandering in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014"⁷ (2016) en "De Geefwet en donaties aan cultuur in Nederland"⁸ (2015) door R. Bekkers en S. Franssen van de Werkgroep Filantropische Studies van de VU Amsterdam dieper in op de effecten van fiscale stimuli voor giften aan cultuur i.e. de Geefwet, waarbij de giften aan culturele instellingen verhoogd aftrekbaar worden gemaakt.

Er is voor Vlaanderen nood aan een mapping van de motieven en het profiel van de Vlaamse gevers aan cultuur. Hierbij kan de dataverzameling rond filantropie voor cultuur uit o.m. Nederland ter inspiratie dienen. **Hieruit vloeit de tweede onderzoeksvraag uit deze studie voort: hoe ziet het profiel van Vlaamse gevers aan cultuur eruit, en hoe verhoudt zich dat tot gevers aan cultuur in andere landen?**

De antwoorden op beide onderzoeksvragen dienen als basis voor het formuleren van conclusies en aanbevelingen voor een meer performant Vlaams geefbeleid voor cultuur.

1.2 Leeswijzer

- ▶ In hoofdstuk 2 bespreken we de scope van deze studie;

⁴ Carton A., C. Gijssels, L. Hustinx, 2011, "Geefgedrag aan organisaties in Vlaanderen", SVR Webartikel: <http://www4.vlaanderen.be/dar/svr/Pages/2011-07-18-webartikel2011-14-geefgedrag.aspx>

⁵ http://www.itinerainstitute.org/sites/default/files/articles/pdf/filantropiekrant_nl_0.pdf

⁶ <http://test.geveninnederland.nl/onderzoek/geveninnederland/>

⁷ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2016/06/09/culturele-instellingen-in-nederland-veranderingen-in-geefgedrag-giften-fondsenwerving-en-inkomsten-tussen-2011-en-2014>

⁸ https://renebekkers.files.wordpress.com/2015/06/bekkers_franssen_boekman.pdf



- ▶ In hoofdstuk 3 verduidelijken we de fiscaal-juridische behandeling van geven aan cultuur;
- ▶ In hoofdstuk 4 geven we een profielschets van Vlaamse gevers aan cultuur;
- ▶ In hoofdstuk 5 formuleren we aanbevelingen voor een meer performant geefbeleid voor cultuur.



2/ Afbakening

2.1 Focus op geven bij leven

Voor dit onderzoek zijn volgende keuzes gemaakt m.b.t. de definitie van "geven aan cultuur":

- ▶ **We concentreren ons in dit onderzoek op geven aan cultuur tijdens het leven.** Individuen kunnen bij leven geven via een gift, schenking of mecenaat. Organisaties kunnen geven via giften of het bedrijfsmecenaat. Geven na overlijden, via (duo-)legaten, valt buiten scope van deze opdracht.
- ▶ **De focus ligt op "geven zonder tegenprestatie".** Dit wil zeggen dat ook sponsoring niet in de directe scope van dit onderzoek valt, alhoewel het bij de bespreking van de fiscale en boekhoudkundige verwerking van bedrijfsmecenaat wel kort aan bod zal komen.
- ▶ **Tot slot behandelen we in dit onderzoek giften in natura of in geld.** Het geven van tijd, zoals vrijwilligerswerk, zit niet vervat in dit onderzoek.

2.2 Verschillende partijen in de gever-ontvanger relatie

In de gever-ontvanger relatie onderscheiden we verschillende types actoren.

Langs de kant van de gevers onderscheiden we enerzijds de huishoudens/individuen en anderzijds de bedrijven. Dit onderscheid is van belang voor de 2 luiken in dit onderzoek:

- ▶ Luik 1: de fiscaal-boekhoudkundige verwerking van "geven" zal voor beide types actoren verschillend zijn met betrekking tot o.m. het type belastingsaangifte i.e. de personenbelasting, de vennootschaps-of rechtspersonenbelasting. Daardoor zullen ook de voordelen verbonden aan "geven" voor beide types actoren verschillend zijn.
- ▶ Luik 2:
 - ◆ Enerzijds zullen de motieven van individuen/huishoudens en bedrijven om te geven aan cultuur verschillend zijn. Door deze types actoren apart te bevragen over hun geven aan cultuur, brengen we ook de juiste nuances aan in de *profiel schetsen* van Vlaamse gevers aan cultuur.
 - ◆ Anderzijds zullen culturele actoren in hun zoektocht naar financiering ook op een andere manier connecteren met individuen dan met bedrijven. Zo zal de relatie tussen culturele organisaties met bedrijven waarschijnlijk eerder op een "één-op-één" basis gebeuren, daar waar relaties met individuen/huishoudens meer op een vorm van "massacommunicatie" zal gebaseerd zijn. Dit aspect nemen we dan ook mee in ons onderzoek naar de *interactie van het Vlaamse culturele veld met de gevers*.

Langs de kant van de ontvangers maken we een onderscheid tussen natuurlijke personen en rechtspersonen in de culturele sector. Dit onderscheid is voornamelijk van belang voor het eerste luik van het onderzoek, waarbij de fiscale en boekhoudkundige afwikkeling van "geven" en de voordelen die uit dit geven voortvloeien afhankelijk zullen zijn van het type ontvanger. **Daarnaast zullen we ook voor rechtspersonen een bijkomend onderscheid maken voor de verschillende soorten rechtspersoonlijkheid die een invloed uitoefenen op het fiscale of boekhoudkundige kader.**

2.3 Definitie culturele sector

Onder de culturele sector verstaan we alle individuele actoren en organisaties die voltijds of deeltijds professioneel (in tegenstelling tot 'als amateur') actief zijn in volgende sectoren:

- ▶ de kunstensector, waarbij de disciplines en functies zoals gedefinieerd in het nieuwe Kunstendecreet de basis vormen;
- ▶ de sectoren ressorterend onder het werkterrein van resp. het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF) en het Vlaams Fonds voor de Letteren (VFL);



- ▶ de sector cultureel erfgoed, zoals afgebakend in het Cultureel-erfgoeddecreet;
- ▶ de sectoren lokaal cultuurbeleid, sociaal-cultureel werk voor volwassenen en circus, zoals afgebakend in de decreten Lokaal cultuurbeleid, Sociaal-Cultureel Volwassenwerk en Circus.



3/ Luik 1: Scherpstellen boekhoudkundig-fiscaal kader voor "geven aan cultuur"

In Luik 1 van dit onderzoek verduidelijken en illustreren we het boekhoudkundig en fiscaal kader voor "geven aan cultuur" samen met de voordelen voor zowel de gever als de ontvanger.

Hierbij brengen we volgende vier dimensies in rekening:

- ▶ **Het type gever:** afhankelijk van het type gever, is het boekhoudkundig-fiscaal kader verschillend in termen van o.m. de aftrekbaarheid van giften in de personen-, vennootschaps- of rechtspersonenbelasting.
- ▶ **Het type gift:** geven kan in geld of in natura, waarbij we een onderscheid maken tussen roerende en onroerende goederen.
- ▶ **De manier van geven:** er zijn verschillende manieren om te geven aan cultuur bij leven:
 - Voor natuurlijke personen zal de fiscale afhandeling van giften of mecenaat niet verschillen. Giften/mecenaat en notariële schenkingen hebben daarentegen wel een andere fiscaliteit.
 - Voor rechtspersonen is er op zich **geen apart boekhoudkundig-fiscaal statuut voor bedrijfsmecenaat**. Er is enkel een onderscheid tussen belangeloos geven enerzijds – wat recht geeft op belastingvermindering onder bepaalde voorwaarden- en commerciële transacties anderzijds, waarbij gemaakte kosten kunnen ingebracht worden als beroepskosten en fiscaal als dusdanig worden behandeld (cfr. sponsoring). Daarom hebben we bedrijfsmecenaat niet apart opgenomen in de hieronder ontwikkelde geefscenario's (zie Tabel 1).
- ▶ **Het type ontvanger en zijn belastingregime:** De voordelen die een gift of schenking oplevert voor de ontvanger, zullen afhangen van zijn "type": natuurlijk persoon versus rechtspersoon. Bovendien zijn er voor rechtspersonen verschillen inzake boekhouding en fiscaliteit.
 - **Boekhouding:** verschillende vormen van rechtspersoonlijkheid vragen om een andere vorm van boekhouding. Er zijn 3 relevante boekhoudsystemen waar rechtspersonen kunnen onder vallen:
 - Boekhoudplan voor verenigingen en stichtingen;
 - Boekhoudplan voor gewone vennootschappen;
 - Boekhoudplan voor AGB's (Autonome Gemeentebedrijven) i.e. de 'boekhoudkundige beheerscyclus (BBC)'. Sinds 2014 maken de gemeenten en OCMW's gebruik van de beleids- en beheerscyclus (BBC), het plannings-, registratie- en evaluatiesysteem van de Vlaamse lokale besturen. Ook de autonome gemeentebedrijven (AGB's) en publiekrechtelijke OCMW-verenigingen passen de BBC (gedeeltelijk) toe. Het beleids- en beheersinstrumentarium omvat de regels voor het meerjarenplan, het budget, de boekhouding en de jaarrekening. Bij de AGB's zijn er geen opgelegde modellen van jaarrekeningen, of rekeningplannen zoals in een vzw of gewone vennootschap. De wetteksten (gemeentedecreet) zijn hierover vrij summier. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen. Dit laatste geldt vandaag zowat voor alle culturele AGB's, wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen. Maar aanvullende regels kunnen wel gemeentelijk bepaald worden.
 - **Fiscaliteit:** naar fiscaliteit toe is het een zeer belangrijk verschil of je als rechtspersoon valt onder de rechtspersonenbelasting, dan wel onder de vennootschapsbelasting. De meeste rechtspersonenvormen (ook vzw's, AGB's,...) kunnen door de fiscus gecatalogeerd worden onder de vennootschapsbelasting. Belangrijkste criterium waarop beoordeeld wordt is de manier waarop binnen de rechtspersoon aan "exploitatie" wordt gedaan. Wanneer dit beschouwd wordt als commercieel van aard (daarom nog niet for-profit), dan bestaat de kans dat de fiscus de organisatie onder de vennootschapsbelasting catalogeert en aldus belast. Bij onzekerheid wordt best bij de fiscus uitsluitel hierover gevraagd (ruling). Er geldt eveneens dat het legaliteitsbeginsel primeert op vertrouwen, i.e. het oordeel van één fiscus in vertrouwen over een zaak sluit niet uit dat een andere fiscus de situatie legaal (later) anders kan inschatten en dus anders beoordeelt.



Op basis van ons onderzoek hebben we 9 geefscenario's geïdentificeerd (zie Tabel 1) die onderscheidend zijn voor de fiscaal-boekhoudkundige verwerking van geven. We merken hierbij op dat deze 9 geefscenario's zijn opgemaakt op basis van de huidige wetgeving.

Op dit moment lopen er echter besprekingen omtrent een hervorming van de vennootschapswetgeving, waardoor het vzw-statuut mogelijk onder druk zou komen te staan. Dergelijke aanpassing in de vennootschapswetgeving zou vanzelfsprekend een weerslag hebben op de hieronder geformuleerde geefscenario's. Maar omdat deze eventuele wijzigingen in de vennootschapswetgeving op heden nog niet zijn uitgekristalliseerd, hebben we in dit onderzoek de huidige vennootschapswetgeving als uitgangspunt genomen bij de bespreking van de geefscenario's.

Tabel 1: Fiscaal boekhoudkundige verwerking van 9 Geefscenario's







Scenario Nummer	Gever	Type gift	Manier van geven	Ontvanger	Belastingregime ontvanger
Scenario 1	natuurlijke persoon	geld / roerend goed	gift/mecenaat	natuurlijke persoon	personenbelasting
Scenario 2	natuurlijke persoon	geld / roerend goed / onroerend goed	schenking	natuurlijke persoon	personenbelasting
Scenario 3	natuurlijke persoon	geld/roerend goed	gift/mecenaat	rechtspersoon	rechtspersonenbelasting
Scenario 4	natuurlijke persoon	geld / roerend goed / onroerend goed	schenking	rechtspersoon	rechtspersonenbelasting
Scenario 5	natuurlijke persoon	geld / roerend goed	gift/mecenaat	rechtspersoon	vennootschapsbelasting
Scenario 6	natuurlijke persoon	geld / roerend goed / onroerend goed	schenking	rechtspersoon	vennootschapsbelasting
Scenario 7	rechtspersoon	geld / roerend goed	gift	natuurlijke persoon	personenbelasting
Scenario 8	rechtspersoon	geld / roerend goed	gift	rechtspersoon	rechtspersonenbelasting
Scenario 9	rechtspersoon	geld / roerend goed	gift	rechtspersoon	vennootschapsbelasting

Bron: IDEA Consult

In de hierna volgende fiches werken wij de fiscaal-boekhoudkundige verwerking langs de kant van de gever en ontvanger uit voor elk van de 9 scenario's. We gebruiken hierbij de symbolen die zijn weergegeven in onderstaande legende. Voor elk scenario hebben we ook een voorbeeld uitgewerkt ter illustratie – hierbij worden steeds de hypothesen verduidelijkt waaronder we het voorbeeld hebben ontwikkeld.



Tabel 2: Legende fiscaal-boekhoudkundige scenario's

Icoon	Betekenis
	Gever - natuurlijk persoon
	Ontvanger - natuurlijk persoon
	Type gift - geld
	Type gift - roerend goed
	Type gift - onroerend goed
	Gever of ontvanger – rechtspersoon. Hierbij wordt steeds het belastingregime van de rechtspersoon apart aangeduid.

Scenario 1



Gift / Mecenaat

OPM: fiscaal-boekhoudkundig valt een maatschap gelijk met een natuurlijke persoon. De ontvangen gift aan de maatschap wordt verdeeld over de aangiften in de personenbelasting van de achterliggende personen die de maatschap uitmaken.

Perspectief	Gever	Ontvanger
Type verwerking		
Fiscale verwerking 	Er is bij de gever geen fiscale verwerking in de personenbelasting	<p>In het geval de ontvanger beroepshalve (of in bijberoep) werkt in de cultuursector als zelfstandige, wordt de gift in de personenbelasting als beroepsinkomsten beschouwd en als dusdanig belast (aan een % dat progressief toeneemt met de inkomsten).</p> <p>OPM: Hoewel de natuurlijke persoon-schenker geen fiche hoeft op te maken van de gift en de gift dus schijnbaar 'onzichtbaar' zou kunnen blijven voor de fiscus, wijzen we erop dat de fiscus naast fiches evenwel over diverse onderzoekstechnieken beschikt, waardoor de verkregen voordelen aan het licht zouden kunnen komen (bv. indiciaire afrekening,...).</p> <p>Als de ontvanger een ander beroep uitoefent en een gift ontvangt voor een cultuurproject (in zijn vrije tijd), wordt dit beschouwd als 'diverse inkomsten' en belast aan een forfaitair tarief van 33%.</p> <p>Wanneer de schenker binnen de drie jaar komt te overlijden, dienen successierechten betaald te worden. Dit staat los van eventuele inkomstenbelastingen die reeds werden betaald in het jaar van ontvangst.</p>
Boekhoudkundige verwerking 	Nvt	<p>De 'boekhouding' van een natuurlijk persoon valt samen met de fiscale aangifte voor de personenbelasting; giften worden geregistreerd onder 'beroepsinkomsten' dan wel 'diverse inkomsten' (zie hierboven).</p> <p>Voor giften in natura die als beroepsinkomsten worden geregistreerd, geldt dat de waarde waaraan de gift wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld bij de opbrengsten. Giften van 'geringe waarde' worden niet opgenomen.</p>
Voorbeeld	Een beeldend kunstenaar die als zelfstandige werkt en jaarlijks een netto belastbaar inkomen van €20.000 heeft, krijgt in 2016 een gift van €500 van een vriend voor de creatie van een nieuw kunstwerk. Deze gift wordt in de personenbelasting als beroepsinkomst beschouwd. Gegeven de huidige belastingsschalen en –aanslagvoeten, zal de kunstenaar op deze gift 40% belastingen dienen te betalen ofwel €200. Van de gift van €500, houdt hij dus €300 over.	

Scenario 2




(Notariële) Schenking

OPM: fiscaal-boekhoudkundig valt een maatschap gelijk met een natuurlijke persoon. De ontvangen gift aan de maatschap wordt verdeeld over de aangiften in de personenbelasting van de achterliggende personen die de maatschap uitmaken.

Perspectief	Gever	Ontvanger
Type verwerking		
Fiscale verwerking 	Er is bij de gever geen fiscale verwerking in de personenbelasting.	<p>De ontvangen schenking wordt in de personenbelasting als beroepsinkomsten beschouwd en als dusdanig belast (aan een % dat progressief toeneemt met inkomsten).</p> <p>De schenkbelasting + andere kosten (zie hieronder) kunnen als beroepskosten worden afgetrokken. Wanneer het de schenking van een onroerend goed betreft, worden de kosten in rekening genomen à rato van de afschrijving van het onroerend goed.</p> <p>Een schenking wordt volledig belast op het jaar van ontvangst van de schenking, ook als het een af te schrijven goed betreft. (De gespreide belasting geldt volgens art. 362 WIB 92 enkel voor subsidies en niet voor giften of schenkingen).</p> <p>Voor een roerend goed geldt dat er naast (notaris)kosten voor registratie van de schenking, ook een schenkbelasting wordt betaald van 3% (voor schenking in rechte lijn, tussen echtgenoten of samenwonenden) of 7% (in alle andere gevallen), ongeacht het bedrag van de schenking.</p> <p>Voor een onroerend goed geldt dat er naast (notaris)kosten voor registratie van de schenking, ook een schenkbelasting wordt betaald waarvan het percentage afhangt van de waarde van de schenking en de relatie tot de ontvanger (zie onderaan fiche).</p> <p><i>OPM: De schenkbelasting dient wettelijk betaald te worden door de ontvanger. De notariële kosten zijn afhankelijk van de grootte van de schenking.</i></p> <p>De schenkbelasting wordt berekend op de verkoopwaarde van het geschonken goed. Deze regel geldt zowel voor de schenking van roerende goederen als van onroerende goederen. Schenker en begiftigde moeten in de schenkingsakte deze verkoopwaarde waarheidsgetrouw opgeven.</p> <p>Wanneer de schenker binnen de drie jaar komt te overlijden, heeft dit geen fiscale gevolgen. Door de betaling van de schenkbelasting is 'afgerekend' met de fiscus.</p>
Boekhoudkundige verwerking	Nvt	De 'boekhouding' van een natuurlijk persoon valt samen met de fiscale aangifte voor de personenbelasting; de ontvangen schenking wordt geregistreerd onder 'beroepsinkomsten' (zie hierboven).








	<p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p> <p><i>OPM: de marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p>
Voorbeeld	<p>Een muzikant die werkt als zelfstandige met een belastbaar inkomen van €20.000 in 2016 krijgt via notariële akte een kleine rijwoning geschonken van een kennis om zijn muziekactiviteiten verder in te kunnen ontplooiën. De verkoopwaarde van de rijwoning wordt geschat op €150.000. De schenkbelasting tussen niet-verwanten bedraagt in het Vlaams gewest 10%, de ondernemer zal dus €15.000 schenkbelasting moeten betalen. Daarboven op worden de notariskosten en administratieve kosten rond de €2.388 geschat⁹. De muzikant zal dus in totaal €17.388 betalen aan schenkingsbelastingen en aanverwante kosten. Deze kosten kunnen wel a rato van de afschrijvingen afgetrokken worden van het belastbaar inkomen. Als de woning wordt afgeschreven over 10 jaar, dan kan de ontvanger jaarlijks €1.738,8 (€17.388/10 jaar) in mindering brengen van zijn belastbaar inkomen van €20.000. Daardoor zal de ontvanger aan de belastingsvoet van 40% (toepasbaar op het belastbaar inkomen tussen €12.470 en €20.780) €695,52 minder belastingen dienen te betalen (€695,52 = 40% * €1.738,8). Het belastingvoordeel voor de komende jaren zal afhankelijk zijn het belastbaar inkomen en de belastingvoeten in die jaren.</p>

% schenkbelasting afhankelijk van de waarde van de schenking en de relatie tot de ontvanger

Gedeelte van de schenking van EUR tot inbegrepen EUR	Rechte lijn, tussen echtgenoten en tussen samenwonenden	Tussen alle andere personen
0 - 150.000	3%	10 %
150.000,01 - 250.000	9 %	20%
250.000,01 - 450.000	18%	30%
boven de 450.000	27 %	40 %

⁹ <https://www.notaris.be/rekenmodules/schenkeningen/source>








Scenario 3		
 <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">Gift / Mecenaat Rechtspersonenbelasting</p>		
Perspectief Type verwerking	Gever 	Ontvanger 
Fiscale verwerking 	<p>Er is bij de gever geen fiscale verwerking in personenbelasting, tenzij voor giften van €40 en meer aan erkende instellingen. Voor deze laatste geldt dat je een belastingvermindering geniet ter waarde van 45% van de gift (45% van de gift wordt afgetrokken van de te betalen belastingen).</p> <p>Om in aanmerking te komen voor fiscale aftrek, moet de gift in geld gebeuren. Eén belangrijke uitzondering: u kunt een fiscale aftrek krijgen voor kunstwerken geschonken aan Rijksmusea of openbare machten (gewesten, provincies, gemeenten, enz.). Het werk moet deel uitmaken van het Belgische culturele erfgoed of internationale faam hebben. De geldwaarde ervan moet vastgesteld zijn door de minister van Financiën.</p> <p>Om in aanmerking te komen voor aftrek, 1) mag de gift niet het resultaat zijn van een collectieve geldinzamelingsactie; 2) moet een attest van de erkende instelling m.b.t. de gift opgemaakt worden.</p> <p>Het totaal van uw aftrekbare giften mag niet meer bedragen dan 10% van uw netto-inkomen vermeld op uw belastingaangifte (met een plafond van 353.480,00 €).</p>	<p>De ontvangen gift is niet belastbaar (tenzij de gift wordt beschouwd als 'bezitting die niet in de loop van het jaar wordt opgebruikt' (m.a.w. materiële activa, incl. (spaar)rekeningen), in welk geval het wordt belast aan 0,17%).</p>
Boekhoudkundige verwerking 	<p>Nvt</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".</p> <p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - subrek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p>



		<p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p> <p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten".</p> <p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p> <p><i>OPM: de marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p> <p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningenstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p>
Voorbeeld	Filip doet een gift van €500 voor de aankoop van materiaal aan de circusschool, een vzw die onder de rechtspersonenbelasting valt. De circusschool is erkend om attesten voor belastingvermindering af te leveren voor giften. De circusschool betaalt geen belastingen op deze gift; Filip kan €225 (45% van €225 gift) in mindering brengen van zijn belastingen. Ongeacht het belastbaar inkomen van de gever, zal hij altijd €225 minder belastingen betalen (omdat het over een belastingvermindering gaat en niet over een belastingaftrek). De gift kost onze gever dus in werkelijkheid: €500-€225=€275.	



Scenario 4		
 <p style="text-align: center; margin-top: 5px;">(Notariële) Schenking</p> <p style="text-align: right; margin-right: 50px;">Rechtspersonenbelasting</p>		
Perspectief Type verwerking	Gever 	Ontvanger 
Fiscale verwerking 	<p>Er is bij de gever geen fiscale verwerking in de personenbelasting.</p> <p>Bij een schenking aan bepaalde rechtspersonen zijn soms bijkomende formaliteiten noodzakelijk. Iedere schenking – uitgezonderd handgiften – waarvan de waarde € 100.000 overstijgt en die gedaan wordt in het voordeel van een VZW of een stichting, vereist de machtiging van de minister van Justitie.</p>	<p>De ontvangen gift is niet belastbaar (tenzij de gift wordt beschouwd als 'bezitting die niet in de loop van het jaar wordt opgebruikt' (m.a.w. materiële activa, incl. (spaar)rekeningen), in welk geval het wordt belast aan 0,17%).</p> <p>Roerend goed: (notaris)kosten voor registratie van schenking + schenkbelasting van 7%, ongeacht bedrag van de schenking.</p> <p>Onroerend goed: (notaris)kosten voor registratie van schenking + schenkbelasting waarvan het percentage afhangt van de waarde van de schenking.</p> <p style="background-color: #e6f2ff; padding: 2px;"><i>OPM: De schenkbelasting dient wettelijk betaald te worden door de ontvanger. De notariële kosten zijn afhankelijk van de grootte van de schenking.</i></p> <p>De schenkbelasting wordt berekend op de verkoopwaarde van het geschonken goed. Deze regel geldt zowel voor de schenking van roerende goederen als van onroerende goederen. Schenker en begiftigde moeten in de schenkingsakte deze verkoopwaarde waarheidsgetrouw opgeven.</p> <p>Wanneer de schenker binnen de drie jaar komt te overlijden, heeft dit geen fiscale gevolgen. Door de betaling van de schenkbelasting is 'afgerekend' met de fiscus.</p>
Boekhoudkundige verwerking 	<p>Nvt</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".</p> <p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - sub-rek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p> <p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de</p>



		<p>bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p> <p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten". Hier bestaat geen onderscheid in soort gift zoals dat het geval is voor vzw's en stichtingen.</p> <p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p> <p><i>OPM: De marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p> <p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningenstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p>
Voorbeeld		<p>An doet een schenking via notariële akte van een kunstwerk aan een gemeentemuseum dat onder de rechtspersonenbelasting valt. De verkoopwaarde van het kunstwerk wordt op €1.000 geschat. De kosten voor deze schenking bedragen een schenkbelasting van 7% - i.e. € 70. Daarnaast moet ook nog een ereloon aan de notaris betaald worden voor de opmaak van de akte. Meestal worden de kosten betaald door de ontvanger van de schenking, maar in principe kan dit ook door de gever gedaan worden.</p>



Scenario 5		
<p style="text-align: center; background-color: #d9e1f2; padding: 5px;">Gift / Mecenaat</p> <p style="text-align: right; margin-right: 100px;">Vennootschapsbelasting</p>		
Perspectief Type verwerking	Gever 	Ontvanger
Fiscale verwerking 	<p>Er is bij de gever geen fiscale verwerking in personenbelasting, tenzij voor giften van €40 en meer aan erkende instellingen. Voor deze laatste geldt dat je een belastingvermindering geniet ter waarde van 45% van de gift (45% van de gift wordt afgetrokken van de te betalen belastingen).</p>	<p>De ontvangen gift wordt beschouwd als een opbrengst en als dusdanig onderworpen aan 33,99% vennootschapsbelasting (tenzij verminderd tarief voor vennootschappen met belastbaar inkomen lager dan €322.500).</p>
	<p>Om in aanmerking te komen voor fiscale aftrek, moet de gift in geld gebeuren. Eén belangrijke uitzondering: u kunt een fiscale aftrek krijgen voor kunstwerken geschonken aan Rijksmusea of openbare machten (gewesten, provincies, gemeenten, enz.). Het werk moet deel uitmaken van het Belgische culturele erfgoed of internationale faam hebben. De geldwaarde ervan moet vastgesteld zijn door de minister van Financiën.</p>	
	<p>Om in aanmerking te komen voor aftrek, 1) mag de gift niet het resultaat zijn van een collectieve geldinzamelingsactie; 2) moet een attest van de erkende instelling m.b.t. de gift opgemaakt worden.</p>	
	<p>Het totaal van uw aftrekbare giften mag niet meer bedragen dan 10% van uw netto-inkomen vermeld op uw belastingaangifte (met een plafond van 353.480,00 €).</p>	
Boekhoudkundige verwerking 	<p>Nvt</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".</p> <p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - sub-rek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p>



		<p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p> <p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten".</p> <p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p> <p><i>OPM: de marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p> <p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p>								
<p>Voorbeeld</p>	<p>Een muziekgroep die onder de vennootschapsbelasting valt, krijgt een gift van één van de ouders van de bandleden ter waarde van €5.000. De muziekgroep is niet erkend om attesten voor belastingvermindering af te leveren; voor de ouder is er dus geen fiscaal voordeel verbonden aan de gift. De muziekgroep zal op de gift vennootschapsbelastingen dienen te betalen – het tarief van de vennootschapsbelasting zal afhankelijk zijn van het belastbaar inkomen van de vennootschap. Voor vennootschappen met een belastbaar inkomen dat niet hoger is dan € 322.500, bestaat er onder bepaalde voorwaarden een verlaagd opklimmend tarief¹⁰:</p> <table border="1" data-bbox="469 1361 1423 1476"> <thead> <tr> <th>Belastbaar inkomen</th> <th>Tarieven</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>van 1 tot 25.000 euro</td> <td>24,25%</td> </tr> <tr> <td>van 25.000 tot 90.000 euro</td> <td>31,00%</td> </tr> <tr> <td>van 90.000 tot 322.500 euro</td> <td>34,50%</td> </tr> </tbody> </table> <p>Als we ervan uitgaan dat de vennootschap dit jaar een belastbaar inkomen van €100.000 had, dan betaalt de muziekgroep 34,5% op de gift van €5.000, ofwel €1.725. Van de gift van €5.000 houdt de muziekgroep dus €3.275 over.</p>	Belastbaar inkomen	Tarieven	van 1 tot 25.000 euro	24,25%	van 25.000 tot 90.000 euro	31,00%	van 90.000 tot 322.500 euro	34,50%	
Belastbaar inkomen	Tarieven									
van 1 tot 25.000 euro	24,25%									
van 25.000 tot 90.000 euro	31,00%									
van 90.000 tot 322.500 euro	34,50%									

¹⁰ http://www.belgium.be/nl/belastingen/inkomstenbelastingen/vennootschappen/aangifte/vestiging_van_de_aanslag



Scenario 6			
<p style="text-align: center;">(Notariële) Schenking</p> <p style="text-align: right;">Vennootschapsbelasting</p>			
Perspectief	Gever	Ontvanger	
Type verwerking			
Fiscale verwerking 	Er is bij de gever geen fiscale verwerking in personenbelasting.	De ontvangen gift wordt beschouwd als een opbrengst en als dusdanig onderworpen aan 33,99% vennootschapsbelasting (tenzij verminderd tarief voor vennootschappen met belastbaar inkomen lager dan 322.500 euro ¹¹).	
	Bij een schenking aan bepaalde rechtspersonen zijn soms bijkomende formaliteiten noodzakelijk. Iedere schenking – uitgezonderd handgiften – waarvan de waarde € 100.000 overstijgt en die gedaan wordt in het voordeel van een VZW of een stichting, vereist de machtiging van de minister van Justitie.	Roerend goed: (notaris)kosten voor registratie van schenking + schenkbelasting van 7%, ongeacht bedrag van de schenking.	Onroerend goed: (notaris)kosten voor registratie van schenking + schenkbelasting waarvan het percentage afhangt van de waarde van de schenking.
		<i>OPM: De schenkbelasting dient wettelijk betaald te worden door de ontvanger. De notariële kosten zijn afhankelijk van de grootte van de schenking.</i>	
		De schenkbelasting wordt berekend op de verkoopwaarde van het geschonken goed. Deze regel geldt zowel voor de schenking van roerende goederen als van onroerende goederen. Schenker en begiftigde moeten in de schenkingsakte deze verkoopwaarde waarheidsgetrouw opgeven.	
		Wanneer de schenker binnen de drie jaar komt te overlijden, heeft dit geen fiscale gevolgen. Door de betaling van de schenkbelasting is 'afgerekend' met de fiscus.	
Boekhoudkundige verwerking 	Nvt	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".</p> <p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - sub-rek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p> <p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel</p>	

¹¹ http://www.belgium.be/nl/belastingen/inkomstenbelastingen/vennootschappen/aangifte/vestiging_van_de_aanslag



		<p>in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p>
		<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten". Hier bestaat geen onderscheid in soort gift zoals dat het geval is voor vzw's en stichtingen.</p>
		<p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p>
		<p><i>OPM: De marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p>
		<p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningenstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p>
Voorbeeld		<p>Een museum dat onderworpen is aan de vennootschapsbelasting krijgt van een particulier een kunstwerk via schenking met notariële akte. Het museum voldoet niet aan de voorwaarden om recht te hebben op een verminderd tarief in de vennootschapsbelasting en betaalt dus 33,99% vennootschapsbelasting op de verkoopwaarde van het kunstwerk, dat op €10.000 wordt geschat op moment van de schenking. Dit komt neer op een bijkomende €3.399 belastingen voor het museum. Daarenboven zal het museum ook 7% schenkbelasting dienen te betalen, i.e. €700 (deze kosten worden gewoonlijk betaald door de ontvanger, maar dit is niet wettelijk geregeld. In principe kan ook de gever dit doen). Tot slot zullen ook nog notariskosten dienen betaald te worden voor de registratie van de schenking. De schenking van het kunstwerk ter waarde van €10.000 kost het museum dus € 4.099, exclusief erelonen bij de notaris.</p>






Scenario 7




OPM: Rechtspersonen hebben een doelgebonden bevoegdheid. Er moet dus telkens in concreto worden nagegaan of een schenking mogelijk is. Bij rechtspersonen met een winstoogmerk zoals handelsvennootschappen, zijn schenkingen (zeker van niet-geringe waarde) moeilijk te verantwoorden. Het is dus voor een vennootschap niet evident om zomaar "om niet" iets weg te schenken. Niet-commerciële rechtspersonen hebben meestal een bredere manoeuvreerruimte om 'maatschappelijk' te geven.

"Bedrijfsmecenaat" wordt in principe op dezelfde manier fiscaal verwerkt als bij gift, zolang er geen tegenprestatie is.

<p>Perspectief</p> <p>Type verwerking</p>	<p>Gever</p> 	<p>Ontvanger</p> 
<p>Fiscale verwerking</p> 	<p>Er is bij de geveer geen fiscale aftrek in de rechtspersonen- of vennootschaps-belasting. De gift wordt behandeld als een 'verworpen uitgave'.</p> <p>Wanneer de gift aan ontvanger's kant valt onder belastbaar beroepsinkomsten, moet de geveer een fiscale fiche 281.30 opmaken van zijn gift en deze bezorgen aan de ontvanger én overheid. Hierdoor wordt de geveer vrijgesteld van belasting.</p> <p>OPM!! Wanneer de geveer dit niet doet en de fiscus komt hierachter, staan er zware sancties op (in de grootteorden van 200% boete!)</p>	<p>In het geval de ontvanger beroepshalve (of in bijberoep) werkt in de cultuursector als natuurlijke persoon, wordt de gift in de personenbelasting als beroepsinkomsten beschouwd en als dusdanig belast (aan % dat progressief toeneemt met inkomsten).</p> <p>Als de ontvanger een ander beroep uitoefent en een gift ontvangt voor een cultuurproject (in zijn vrije tijd), wordt dit beschouwd als 'diverse inkomsten' en belast aan een forfaitair tarief van 33%.</p> <p>Wanneer de gift gebeurt in de vorm van een 'prijs', wordt dit niet altijd als beroepsinkomsten beschouwd. Sommige prijzen zijn volledig vrijgesteld van belasting, anderen zijn slechts gedeeltelijk vrijgesteld.</p> <p>Prijzen worden in principe belast aan 16,5% als 'overige diverse inkomsten - prijzen, subsidies, renten of pensioenen' wanneer de betaling 1) door openbare machten of openbare instellingen (Belgische of buitenlandse) werd uitgekeerd die niet vermeld staan op de lijst van instellingen opgesomd in art. 53 KB/WIB92; 2) zonder winstoogmerk is betaald aan geleerden, schrijvers en kunstenaars; 3) niet de aard heeft van beroepsinkomsten, m.a.w. niet zijn toegekend als bezoldiging van bewezen diensten, dan geldt dat de ontvangen prijs gedeeltelijk is vrijgesteld van belasting.</p> <p>Er geldt wel een vrijstelling van 3.910 euro voor inkomstenjaar 2017 (3.840 euro voor inkomstenjaar 2016). bij het niet vrijgestelde bedrag wordt eerst 18,17% bedrijfsvoorheffing geteld en vervolgens wordt dit bedrag belast aan 16,5%.</p> <p>Volledig vrijgesteld zijn prijzen en subsidies toegekend door een aantal instellingen die door de Koning erkend</p>



		<p>en opgesomd zijn in art. 53 KB/WIB92. Voor de volledige belastingvrijstelling is vereist dat de prijzen en subsidies 1) uitzonderlijke verdiensten belonen of uitzonderlijke inspanningen mogelijk maken op het stuk van het wetenschappelijk onderzoek, de kunsten of de letteren; 2) toegekend zijn in omstandigheden die aan de begunstigden ruime mogelijkheden bieden tot persoonlijk initiatief op het gebied van de voortzetting of de uitvoering van hun studies, opzoekingen, werken of kunstuitingen; 3) belangeloos zijn; 4) niet gefinancierd zijn door nijverheids-, handels- of landbouwondernemingen, die voordeel kunnen halen uit de beloonde of gesubsidieerde werken.</p> <p>Als er een volledige vrijstelling is, ontvang je geen fiscale fiche en moet je ze niet aangeven in je belastingaangifte. Prijzen worden wel als beroepsinkomsten belast van zodra de toekenner enig voordeel haalt uit de prestaties waarvoor de sommen werden betaald.</p>
<p>Boekhoudkundige verwerking</p> 	<p>Ongeacht het boekhoudsysteem waar de rechtspersoon onder valt, wordt de gift geboekt als een kost op de rekening 643. Wanneer de private rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, draagt deze rekening de naam 'Diverse bedrijfskosten'. Bij verenigingen en stichtingen draagt deze de naam 'Schenken', met nog een onderscheid tussen schenkingen zonder terugnemingsrecht (sub-rek. 6431) en schenkingen met terugnemingsrecht (sub-rek. 6432). Dit laatste wordt gebruikt voor schenkingen die gedaan worden onder bepaalde voorwaarden van aanwending (bv. schenking voor de aankoop van een bepaald onroerend goed).</p>	<p>De 'boekhouding' valt samen met de fiscale aangifte voor de personenbelasting; de schenking wordt geregistreerd onder 'beroepsinkomsten' (zie hierboven).</p>
	<p>Voor eenvoudige verwerking, kunnen aftrekbare giften en niet-aftrekbare giften op aparte subrekeningen ingeboekt worden.</p>	<p>De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de "marktwaarde". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld.</p>
	<p><i>OPM: de marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p>	
	<p>Voor schenkingen in natura (activa) geldt dat deze in principe worden geboekt aan de waarde zoals ze zijn opgenomen in de boekhouding. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa hoger zou liggen, dan kan deze schenking maar voor ten hoogste de boekwaarde in rekening 643 geboekt worden. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa daarentegen lager zou zijn, dan mag de vereniging een minderwaarde op de realisatie van het vast actief boeken (via rek. 663 'Minderwaarden op de realisatie van vaste activa' als het vaste activa betreft).</p>	



Voorbeeld	Een lokaal boekhoudkantoor dat onder de vennootschapsbelasting valt, doet een gift van €500 aan een persoon, die beroepshalve als leraar werkt, en in zijn vrije tijd een nieuw toneelstuk ontwikkelt. In deze context wordt de gift belast als "diverse inkomsten" aan een forfaitair tarief van 33%. Dit komt neer op €165. Van de €500 houdt de toneelschrijver/leraar €335 over. Het boekhoudkantoor kan de gift niet fiscaal aftrekken van de belasting.
------------------	--



Scenario 8



OPM: Rechtspersonen hebben een doelgebonden bevoegdheid. Er moet dus telkens in concreto worden nagegaan of een schenking mogelijk is. Bij rechtspersonen met een winstoogmerk zoals handelsvennootschappen, zijn schenkingen (zeker van niet-geringe waarde) moeilijk te verantwoorden. Het is dus voor een vennootschap niet evident om zomaar "om niet" iets weg te schenken. Niet-commerciële rechtspersonen hebben meestal een bredere manoeuvreerruimte om 'maatschappelijk' te geven.

"Bedrijfsmecenaat" wordt in principe op dezelfde manier fiscaal verwerkt als bij gift, zolang er geen tegenprestatie is.

Perspectief	Gever	Ontvanger
Type verwerking		
Fiscale verwerking 	Enkel giften in geld komen in aanmerking voor fiscale aftrek bij de gever. De gift moet tenminste €40 bedragen.	De ontvangen gift is niet belastbaar (tenzij de gift wordt beschouwd als 'bezitting die niet in de loop van het jaar wordt opgebruikt' (m.a.w. materiële activa, incl. (spaar)rekeningen), in welk geval het wordt belast aan 0,17%).
	De gift mag niet het resultaat zijn van een collectieve geldinzamelingsactie.	
	De gift moet gedaan zijn zonder tegenwaarde. Zijn dus uitgesloten: lidgelden, tijdschriften, concerten, schoolgelden, etc. Er mag geen enkel voordeel verstrekt worden aan de schenker, behoudens zaken met zeer geringe waarde zoals een zelfklever, infobrochure, ...	
	De gift moet gebeuren aan een erkende instelling. Een attest van de erkende instelling m.b.t. de gift moet opgemaakt worden	
	Er moet voldoende belastbare winst zijn binnen de vennootschap. De gift is enkel aftrekbaar van de winst van het boekjaar. De fiscale aftrek is dus niet overdraagbaar als verlies naar latere tijdperken.	
	Het totaal van fiscaal aftrekbare giften mag niet meer dan 5% bedragen van de totale fiscale winst voor aftrek van die giften (met een plafond van €500.000).	
Boekhoudkundige verwerking 	<p>Ongeacht het boekhoudstelsel waar de rechtspersoon onder valt, wordt de gift geboekt als een kost op de rekening 643.</p> <p>Wanneer de private rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, draagt deze rekening de naam 'Diverse bedrijfskosten'.</p>	Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".



	<p>Bij verenigingen en stichtingen draagt deze de naam 'Schenken', met nog een onderscheid tussen schenkingen zonder terugnemingsrecht (sub-rek. 6431) en schenkingen met terugnemingsrecht (sub-rek. 6432). Dit laatste wordt gebruikt voor schenkingen die gedaan worden onder bepaalde voorwaarden van aanwending (bvb. schenking voor de aankoop van een bepaald onroerend goed).</p>	<p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - sub-rek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p> <p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p>
	<p>Voor eenvoudige verwerking, kunnen aftrekbare giften en niet-aftrekbare giften op aparte subrekeningen ingeboekt worden.</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten".</p>
	<p>Voor schenkingen in natura (activa) geldt dat deze in principe worden geboekt aan de waarde zoals ze zijn opgenomen in de boekhouding. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa hoger zou liggen, dan kan deze schenking maar voor ten hoogste de boekwaarde in rekening 643 geboekt worden. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa daarentegen lager zou zijn, dan mag de vereniging een minderwaarde op de realisatie van het vast actief boeken (via rek. 663 'Minderwaarden op de realisatie van vaste activa' als het vaste activa betreft).</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p>
		<p>"De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de ""marktwaarde"". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde van de gift niet beschikbaar is, dan dient men de gebruikswaarde te bepalen. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld. Indien de ontvangen goederen van geringe waarde zijn (bvb. de organisatie krijgt een lading gratis enveloppen voor een specifieke verzending), dient er geen boekhoudkundige registratie van de gift te gebeuren."</p>
		<p><i>OPM: de marktwaarde is steeds een feitenkwestie en individueel te beoordelen indien niet geregeld in het KB/WIB92 zoals bv. gratis woonst,...</i></p>
		<p>Goederen die kosteloos ter beschikking worden gesteld van een vereniging of stichting, worden enkel geboekt indien de vereniging/stichting ze tegen betaling mag uitbaten (bvb. kosteloos</p>



		gebruik van een gebouw, die vervolgens door de vereniging/stichting wordt verhuurd). In dat geval worden deze goederen eveneens geboekt tegen hun marktwaarde of, bij ontstentenis, tegen hun gebruikswaarde.
Voorbeeld	Een lokale handelaar (met rechtspersoonlijkheid) doet een gift van € 1.000 aan een sociaal-culturele vereniging die onder de rechtspersonenbelasting valt en erkenning heeft om fiscale attesten af te leveren. De handelaar valt onder de vennootschapsbelasting (normale stelsel van 33,99%). De handelaar mag de gift aftrekken van zijn winst. Dit levert de handelaar een fiscaal voordeel op van €339,9. De gift van €1000 "kost" de handelaar dus maar €660,10. De sociaal-culturele vereniging dient geen belasting te betalen op deze gift.	






Scenario 9




OPM: Rechtspersonen hebben een doelgebonden bevoegdheid. Er moet dus telkens in concreto worden nagegaan of een schenking mogelijk is. Bij rechtspersonen met een winstoogmerk zoals handelsvennootschappen, zijn schenkingen (zeker van niet-geringe waarde) moeilijk te verantwoorden. Het is dus voor een vennootschap niet evident om zomaar "om niet" iets weg te schenken. Niet-commerciële rechtspersonen hebben meestal een bredere manoeuvreerruimte om 'maatschappelijk' te geven.

"Bedrijmecenaar" wordt in principe op dezelfde manier fiscaal verwerkt als bij gift, zolang er geen tegenprestatie is.

Perspectief	Gever 	Ontvanger 
Type verwerking		
Fiscale verwerking 	<p>Enkel giften in geld komen in aanmerking voor fiscale aftrek. De gift moet tenminste €40 bedragen.</p> <p>De gift mag niet het resultaat zijn van een collectieve geldinzamelingsactie.</p> <p>De gift moet gedaan zijn zonder tegenwaarde. Zijn dus uitgesloten: lidgelden, tijdschriften, concerten, schoolgelden, etc. Er mag geen enkel voordeel verstrekt worden aan de schenker, behoudens zaken met zeer geringe waarde zoals een zelfklever, infobrochure, ...</p> <p>De gift moet gebeuren aan een erkende instelling. Een attest van de erkende instelling m.b.t. de gift moet opgemaakt worden.</p> <p>Er moet voldoende belastbare winst zijn binnen de vennootschap. De gift is enkel aftrekbaar van de winst van het boekjaar. De fiscale aftrek is dus niet overdraagbaar als verlies naar latere tijdperken.</p> <p>Het totaal van fiscaal aftrekbare giften mag niet meer dan 5% bedragen van de totale fiscale winst voor aftrek van die giften (met een plafond van €500.000).</p> <p>Wanneer de gift aan ontvanger's kant valt onder belastbaar inkomsten (vennootschapsbelasting), moet de geveer een fiscale fiche 281.30 opmaken van zijn gift en deze bezorgen aan de ontvanger én overheid. Hierdoor wordt de geveer vrijgesteld van belasting.</p> <p>OPM! Wanneer de geveer dit niet doet en de fiscus komt hierachter, staan er zware sancties op (in de grootteorden van 200% boete!)</p>	<p>De gift wordt beschouwd als een opbrengst en als dusdanig onderworpen aan 33,99% vennootschapsbelasting (tenzij verminderd tarief voor vennootschappen met belastbaar inkomen lager dan €322.500).</p>



<p>Boekhoudkundige verwerking</p> 	<p>Ongeacht het boekhoudsysteem waar de rechtspersoon onder valt, wordt de gift geboekt als een kost op de rekening 643.</p> <p>Wanneer de private rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, draagt deze rekening de naam 'Diverse bedrijfskosten'.</p> <p>Bij verenigingen en stichtingen draagt deze de naam 'Schenken', met nog een onderscheid tussen schenkingen zonder terugnemingsrecht (sub-rek. 6431) en schenkingen met terugnemingsrecht (sub-rek. 6432). Dit laatste wordt gebruikt voor schenkingen die gedaan worden onder bepaalde voorwaarden van aanwending (bv. schenking voor de aankoop van een bepaald onroerend goed).</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de boekhoudregels voor vzw's en stichtingen (KB van 19 december 2003), wordt een gift (in geld of natura - roerend of onroerend) ter ondersteuning van de lopende verrichtingen van de organisatie normalerwijs geboekt als bedrijfsopbrengst onder rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies".</p> <p>Wanneer deze gift "een duurzame bijdrage levert aan de organisatie", wordt deze gift ingeboekt als permanente financiering onder de fondsen van de organisatie (op de passiefpost "Fondsen van de vereniging" (rek. 10 - sub-rek. 1011 of 1012 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en neemt het vermogen van de organisatie toe.</p> <p>Wanneer de gift bedoeld is om te investeren in vaste activa, wordt deze ingeboekt onder de post "Kapitaalsubsidies" (rek. 15 - sub-rek. 151 of 152 naargelang het een gift in geld dan wel in natura is) en vervolgens volgens hetzelfde ritme als de afschrijving van het aangekochte actief, overgeboekt naar de bedrijfsopbrengsten via rekening 73 "lidgeld, schenkingen, legaten en subsidies" (sub-rek. "kapitaal- en interestsubsidie")</p>
	<p>Voor eenvoudige verwerking, kunnen aftrekbare giften en niet-aftrekbare giften op aparte subrekeningen ingeboekt worden.</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon onderworpen is aan de gewone boekhoudregels van vennootschappen, wordt de gift (in geld of natura - roerend of onroerend) geboekt op rekening 74 "diverse bedrijfsinkomsten".</p>
	<p>Voor schenkingen in natura (activa) geldt dat deze in principe worden geboekt aan de waarde zoals ze zijn opgenomen in de boekhouding. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa hoger zou liggen, dan kan deze schenking maar voor ten hoogste de boekwaarde in rekening 643 geboekt worden. Indien de werkelijke waarde van de weggeschonken activa daarentegen lager zou zijn, dan mag de vereniging een minderwaarde op de realisatie van het vast actief boeken (via rek. 663 'Minderwaarden op de realisatie van vaste activa' als het vaste activa betreft).</p>	<p>Wanneer de rechtspersoon een AGB is, moet het een BBC-boekhouding voeren volgens de regels die gelden voor de betreffende gemeente, volgens het daar vastgelegde rekeningenstelsel en waarderingsregels. Gemeentelijke regels voor boekhouding gelden niet voor AGB's onderworpen aan het Wetboek Vennootschappen (vandaag bijna allemaal - wat concreet betekent dat ze de boekhoudregels van vennootschappen volgen zoals hierboven beschreven), maar aanvullende regels kunnen wel.</p> <p>"De waarde waaraan de schenking (in natura) wordt geregistreerd moet gelijk zijn aan de ""marktwaarde"". Bij een notariële schenking wordt dit door de notaris vastgelegd. Indien de marktwaarde van de gift niet beschikbaar is, dan dient men de gebruikswaarde te bepalen. Indien de marktwaarde nihil is, wordt het ontvangen goed pro memoria vermeld. Indien de ontvangen goederen van geringe waarde zijn (bv. de organisatie krijgt een lading gratis enveloppen voor een specifieke verzending), dient er geen boekhoudkundige registratie van de gift te gebeuren."</p> <p>Goederen die kosteloos ter beschikking worden gesteld van een vereniging of stichting, worden enkel geboekt indien de vereniging/stichting ze tegen betaling mag uitbaten (bv. kosteloos gebruik</p>



	van een gebouw, die vervolgens door de vereniging/stichting wordt verhuurd). In dat geval worden deze goederen eveneens geboekt tegen hun marktwaarde of, bij ontstentenis, tegen hun gebruikswaarde.
Voorbeeld	Een grootbank die onder de vennootschapsbelasting valt, doet een gift van een kunstwerk uit zijn collectie aan een kunstencentrum dat onderworpen is aan de vennootschapsbelasting van 33,99%. Niettegenstaande het kunstencentrum erkend is om fiscale attesten af te leveren, kan de grootbank geen fiscaal voordeel genieten van haar gift, omdat deze niet in geld is gedaan. Het kunstencentrum zal 33,99% vennootschapsbelasting op de marktwaarde van het kunstwerk betalen, dat geschat wordt op €100.000 – i.e. €33.990.

Om dit luik rond de fiscaal-boekhoudkundige verwerking van geven aan cultuur af te ronden, geven we nog volgende bijkomende opmerkingen mee:

Wat met een onroerend goed gratis ter beschikking stellen i.p.v. schenken/geven?

- ▶ Bij een gratis terbeschikkingstelling behoudt de ‘schenker’ het goed en wordt deze belast op het kadastraal inkomen + 40%.
- ▶ Als de ontvanger een natuurlijke persoon is die beroepshalve gebruik maakt van het onroerend goed, zal het gebruik van het terbeschikkinggestelde goed beschouwd worden als een ‘voordeel van alle aard’ en als dusdanig belast worden (i.e. mee in de schaal van de beroepsinkomsten). De waarde wordt ingeschat o.b.v. het kadastraal inkomen (‘fictieve huurwaarde’). Deze fictieve huurwaarde werd recent sterk verhoogd, wat deze optie van gratis gebruik lang niet voordelig maakt voor ontvangers.
- ▶ Als een vennootschap het gratis ter beschikking krijgt, wordt het beschouwd als “verkregen abnormale/goedgunstige voordelen”. Art. 207 WIB 92 bepaalt dat allerlei aftrekken noch compensatie met het verlies van het belastbare tijdperk mag worden verricht op het gedeelte van het resultaat dat voortkomt van abnormale of goedgunstige voordelen. In principe geldt de marktwaarde van het verkregen voordeel.
- ▶ Als de ter beschikkingsteller een vennootschap is, wordt dit beschouwd als een “verleend abnormale/goedgunstige voordeel”. Het wordt belast onder de vennootschapsbelasting (33,99%) wanneer het niet bij de ontvanger wordt belast.

Wat met de fiscale behandeling van schenkingen versus subsidies?

- ▶ Als iemand een schenking krijgt specifiek om een (langere termijn) investering te doen, wordt hij onmiddellijk op de volledige som belast. Wanneer je een subsidie ontvangt om een investering te doen, kan de belasting op deze subsidie gespreid worden over de tijd à rato van de afschrijving. Schenkingen worden dus meer nadelig behandeld dan subsidies voor hetzelfde doel.

Wat met de fiscaliteit van schenkingen in natura door rechtspersonen?

- ▶ In natura schenken door rechtspersonen wordt niet gestimuleerd en zelfs fiscaal bestraft. De kost bij de gever wordt immers niet beschouwd als een beroepskost en is dus niet fiscaal aftrekbaar. Bijvoorbeeld: een bedrijf heeft een persoon op de payroll staan en ‘leent’ deze persoon deeltijds uit aan een culturele organisatie voor diens expertise. Hierbij zal het gedeelte uitbesteedde tijd niet kunnen worden afgetrokken worden als beroepskost bij de gevende onderneming. De werknemer werkt immers op dat moment niet voor de onderneming. Dit is dus zeer nadelig voor de gevende onderneming, want de onderneming geniet op dat moment niet van de werknemer, de onderneming betaalt wel zijn kosten én die zijn niet aftrekbaar.

4/ Luik 2: Profielschets van Vlaamse gevers aan cultuur

In dit luik wordt er een profielschets gegeven van de Vlaamse gevers aan cultuur waarbij er een opsplitsing gemaakt wordt tussen individuele burgers of gezinnen enerzijds en bedrijven anderzijds.

4.1 Vlaamse burgers en gezinnen

Om een beter inzicht te krijgen in het geefgedrag van de Vlaamse bevolking, en dan specifiek in hun geefgedrag voor culturele goede doelen, werd er een grootschalige online enquête gehouden bij 1.000 Vlamingen en Brusselaars. Hierin werd er gepeild naar:

- de motieven om aan (culturele) goede doelen te geven;
- aan welke (culturele) goede doelen ze geven;
- welke voorkeuren ze hebben met betrekking tot (culturele) goede doelen;
- hoeveel ze als huishouden het voorbije jaar aan (culturele) goede doelen gegeven hebben;
- het belang van fiscale stimuli bij geven;
- hoe de culturele sector ervoor kan zorgen dat ze aantrekkelijker worden als geefdoel.

Er werd aan de individuele respondenten gevraagd wat het geefgedrag is als huishouden omdat dit de meest natuurlijke benadering is om over giften te praten, bvb ook omdat in de aftrekposten op de belastingaangiften de giften van 2 gehuwden onder 1 rubriek moeten worden opgenomen en niet voor elk van de partners apart.

4.1.1 Kerngegevens online enquête

- **Wijze van bevraging**

De bevraging van 1.000 Vlaamse burgers uit de 5 Vlaamse provincies en Brussel werd uitgevoerd via het online enquêteplatform CheckMarket. De vragenlijst werd na validatie door het Departement CJM geprogrammeerd in het enquêteplatform. Er werd naar gestreefd om de invultijd van de enquête te beperken tot 10 minuten, wat een voorwaarde was om gebruik te kunnen maken van een online panel van potentiële respondenten waarover CheckMarket beschikt. In dit panel zitten duizenden Vlaamse en Brusselse burgers die zich kandidaat gesteld hebben voor het periodiek invullen van online enquêtes over heel uiteenlopende thema's. Voor elk van de potentiële respondenten beschikt CheckMarket over profielkenmerken (geslacht, woonplaats, leeftijd en opleidingsniveau) zodat op basis van deze profielkenmerken panelleden kunnen worden geselecteerd om deel te nemen aan enquêtes.

Om geen vertekening te veroorzaken bij potentiële invullers (vb. naar cultuurminnende gevers) werd er gebruik gemaakt van een generieke korte en neutrale uitnodigingsmail waarin er enkel melding gemaakt werd van de vermoedelijke invultijd. Er werd niet gesproken over het feitelijke onderwerp van de enquête om geen profielen aan te trekken waarvoor goede doelen of cultuur belangrijk zijn.

- **Steekproefsamenstelling**

Er werden door CheckMarket een representatief panel van potentiële respondenten samengesteld die representatief zijn voor de Vlaamse bevolking op basis van:

- Leeftijd
- Geslacht
- Provincie
- Opleidingsniveau

Deze profielkenmerken werden ook in de enquête zelf nog eens gevraagd ter controle en om tijdens de enquête sommige respondenten af te leiden naar een afdankpagina zodat ze niet verder de enquête moesten invullen indien er al voldoende respondenten waren voor een specifiek profielkenmerk. Er werden in verschillende golven uitnodigingen verstuurd tot men aan de vereiste quota kwam. In totaal werden er zo'n 7.250 uitnodigingen verstuurd.

- **Looptijd online bevraging en respons**



De enquête liep van 23 januari 2017 tot en met 31 januari 2017. In totaal hebben er 1.236 respondenten de enquête ingevuld waarvan er 207 werden afgedankt (omdat ze niet de juiste profielkenmerken hadden¹² of omdat er al voldoende invullers waren met deze profielkenmerken). Daarnaast zijn ook 26 respondenten tijdens het invullen van de enquête afgehaakt. Dit brengt het totaal aantal respondenten die de enquête volledig hebben ingevuld en waarvan de antwoorden bijgevolg werden meegenomen in de analyse op 1.003.

- **Kwantificering van scores op stellingen**

Voor sommige vragen werd er gebruik gemaakt van stellingen of antwoordmogelijkheden waarbij de respondenten de keuze hadden tussen 5 antwoordmogelijkheden om hun mate van akkoord uit te drukken. Met het oog op onderlinge vergelijking tussen de stellingen, werd een score gegeven aan elke stelling door aan de verschillende antwoordmogelijkheden een score toe te kennen als volgt:

Score	-2	-1	0	1	2	Geen score
Antwoord-mogelijkheid	Helemaal mee oneens	Eerder oneens	Niet oneens maar ook niet mee eens	Eerder eens	Helemaal mee eens	Geen mening
	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	neutraal	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord	Geen mening
Score	1	2	3	4	5	Geen score
Antwoord-mogelijkheid	Helemaal niet	Nauwelijks	In redelijke mate	In hoge mate	In zeer hoge mate	Geen mening

De scores die elk van de respondenten gaven (overeenkomstig het gegeven antwoord) werden opgeteld en gedeeld door het aantal gegeven antwoorden om een gemiddelde score op de stelling of de antwoordmogelijkheid te kunnen geven en om ze zo onderling te kunnen vergelijken.

- **Wat verstaan we onder geven?**

Opdat invullers een zo gelijkaardig mogelijke interpretatie zouden maken van geven, werd bij de start van de bevraging een box getoond waarin verduidelijkt werd wat er onder geven worden verstaan. Hieronder herhalen we deze box omdat dit ook belangrijk is om de enquêteresultaten correct te interpreteren.

¹² Indien ze bijvoorbeeld intussen verhuisd waren naar buiten Vlaanderen of Brussel.



Onder geven verstaan we in dit onderzoek **vrijwillige giften in geld of goederen** door een individu **tijdens het leven** aan een **goed doel**. Je verwacht hierbij **geen tegenprestatie** van deze begunstigde. Als u echter een kleine compensatie krijgt die veel minder waard is dan de gift (vb. sticker, gadget, ...), beschouwen we dit ook als een gift. Het volgende beschouwen we in dit onderzoek **NIET** als geven:

- Schenkingen na overlijden, in een testament (legaten)
- Sponsoring
- Vrijwilligerswerk

Het **goed doel** waaraan men kan geven kan heel divers zijn. We denken hierbij bijvoorbeeld aan:

- Humanitaire acties na natuurrampen
- Onderzoeksinstituten (vb. kankeronderzoek, Alzheimer-onderzoek)
- Sociale initiatieven en organisaties (minderbedeelden, gehandicapten, ...)
- Maatschappelijke verenigingen allerhande (vb. jeugdverenigingen, vrouwenbewegingen, ...)
- ...

Giften aan individuele personen kunnen eveneens een goed doel zijn indien men bv. kunstenaars of hulpbehoevenden steunt met geld of goederen. Geven aan **familie of vrienden** (vb. bij erfenissen of bouwplannen) beschouwen we **NIET** als geven aan goede doelen.

4.1.2 Resultaten

Hieronder worden de globale enquêteresultaten besproken door middel van het beantwoorden van ruim 10 vragen over zowel het algemene geefgedrag van Vlamingen als over het geefgedrag specifiek naar culturele goede doelen. Elk antwoord wordt ondersteund door één of meerdere histogrammen of taartdiagrammen. Indien er een afwijkend antwoordgedrag is op basis van profielkenmerken, hebben we dit expliciet opgenomen bij de bespreking en werd er indien nodig een aparte figuur opgenomen. Indien er geen duidelijke afwijkingen waren in antwoordgedrag, hebben we deze niet expliciet behandeld. Voor elke vraag zijn alle histogrammen en taartdiagrammen beschikbaar in bijlage 2 van dit rapport.

Er wordt in de analyse vooral gekeken naar de volgende profielkenmerken met de volgende indelingen:

- *Leeftijd*: 18 tot 34 jaar – 35 tot 54 jaar en 55-plussers
- *Opleidingsniveau*: lagergeschoold (basisonderwijs, secundair onderwijs) – hogergeschoold (bachelor, master of doctoraat)
- *Mate van comfortabel leven*: eerder moeilijk rondkomen (van zeer moeilijk kunnen rondkomen tot eerder moeilijk rondkomen – positie 1 tot 3), middenpositie (positie 4), eerder comfortabel rondkomen (van eerder comfortabel leven tot zeer comfortabel – positie 5 tot 7)

Voor de vragen rond geven aan cultuur specifiek, hadden we 210 respondenten. Bij deze vragen dienen we dan ook voorzichtig te zijn naar interpretatie toe als we de antwoorden opdelen naar profielkenmerken omdat het aantal antwoorden per deelcategorie snel te klein wordt om betrouwbare conclusies te trekken uit de gegeven antwoorden. Daarom laten we interpretaties van deze resultaten liever over aan de lezer op basis van de gedetailleerde enquêteresultaten naar profielkenmerken die opgenomen zijn in bijlage 0.

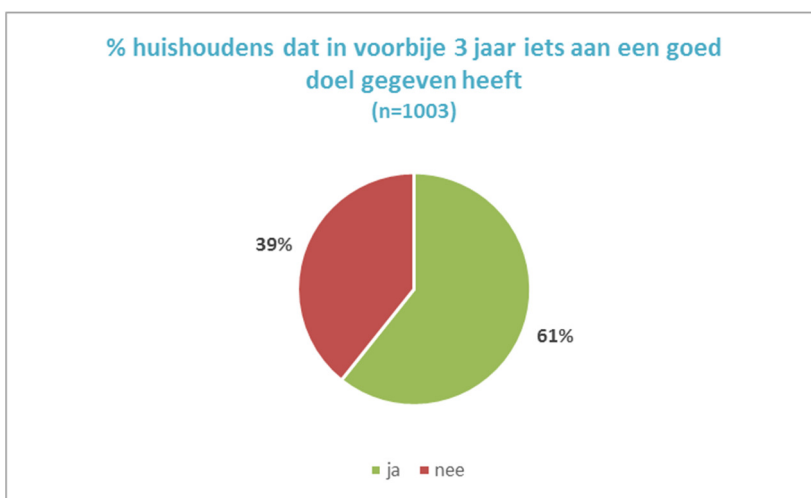
Er zal in eerste instantie vooral een inzicht gegeven worden in het algemene geefgedrag en dan pas in het geefgedrag aan culturele goede doelen. Waar mogelijk zal bij het beantwoorden van vragen de vergelijking worden gemaakt tussen het algemene geefgedrag en het geefgedrag aan culturele goede doelen, indien dezelfde of een gelijkaardige vraag werd gesteld over de algemene giften en de giften aan culturele goede doelen.



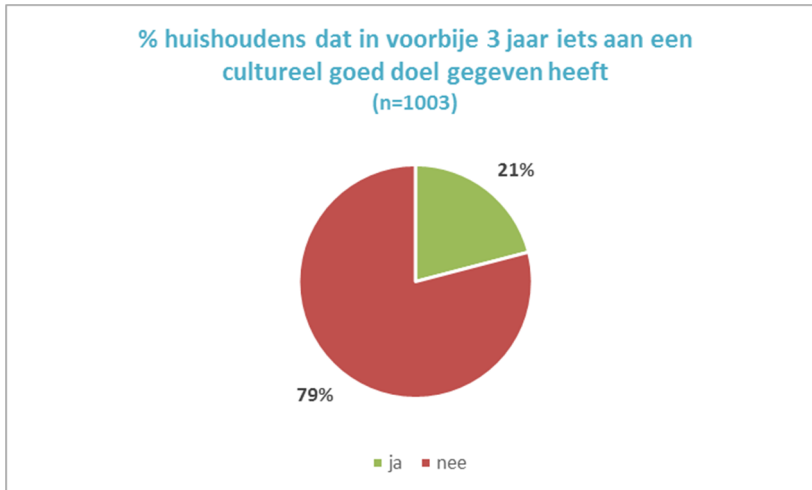
Hoeveel % van de Vlaamse huishoudens geeft aan goede doelen? En hoeveel % geeft aan culturele goede doelen?

In totaal heeft iets meer dan 60% van de Vlaamse huishoudens in de voorbije 3 jaar iets aan een goed doel (alle goede doelen samen) gegeven. De resultaten bevestigen de resultaten van eerdere onderzoeken in binnen- en buitenland, namelijk dat de kans groter is dat burgers iets aan goede doelen naarmate ze:

- *ouder zijn*: 56% van de 18 tot 34-jarigen geeft iets aan een goed doel en dit groeit naar 65% voor 55-plussers.
- *hoger opgeleid zijn*: 56% van de respondenten met maximaal middelbaar onderwijs geeft aan goede doelen tegenover 67% van de respondenten met bacheloropleiding of hoger.
- *Comfortabeler kunnen leven* (als proxy van hoger inkomen): 44% van wie eerder moeilijk rondkomt gaf of kon iets aan een goed doel geven, wat groeit tot 65% voor wie eerder comfortabel kan leven.

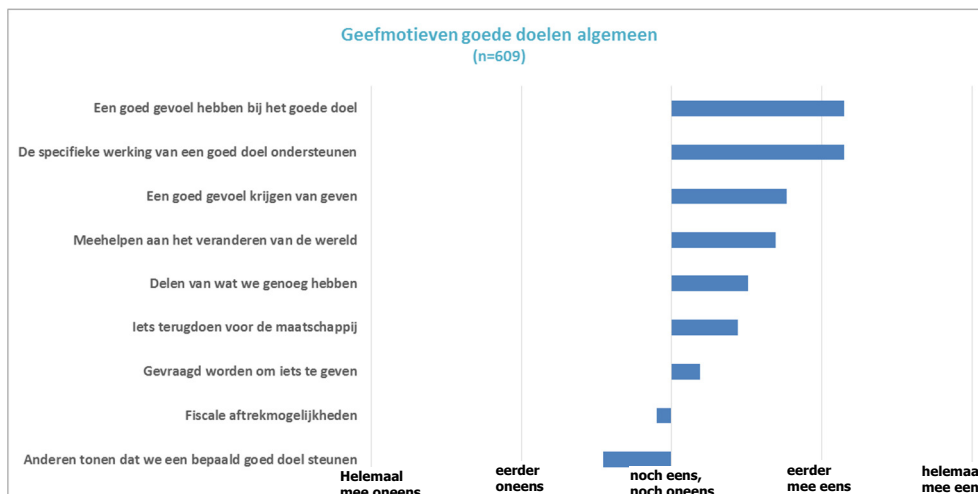


Het aantal huishoudens die de voorbije 3 jaar iets aan een *cultureel* goed doel gegeven hebben, ligt een pak lager met 21%. Hierbij moeten we zoals later zal toegelicht worden rekening houden dat ook het sociaal-cultureel werk onder de noemer 'cultureel goed doel' valt en dat het relatief hoge percentage hier in grote mate wordt door beïnvloed. In de jaarlijkse Filantropie-index studie van de Koning Boudewijnstichting gaf slechts 1 à 2% van de respondenten aan dat ze aan 'culturele vorming en bescherming van het cultureel patrimonium' geschenken hebben, maar deze categorie is veel enger omschreven dan onze definitie van culturele goede doelen, waardoor respondenten dit veel minder snel zullen hebben aangegeven als geefcategorie.



Waarom geven Vlaamse huishoudens aan een goed doel?

De belangrijkste motieven waarom Vlaamse huishoudens aan goede doelen geven, hebben te maken met de werking van het goede doel, namelijk dat ze een goed gevoel en vertrouwen hebben bij het goede doel en dat men een specifieke werking wil ondersteunen die aansluit bij de eigen interessesfeer. Ook met de overige gesuggereerde motieven verklaren de respondenten zich minstens neutraal tot eerder akkoord, met uitzondering van de fiscale aftrekmogelijkheden en het tonen aan anderen dat men een goed doel steunt.



Naar profielkenmerken zijn er weinig verschillen naar motieven waarom men aan goede doelen geeft.

Welke voorkeuren hebben Vlaamse huishoudens als ze aan een goed doel schenken?

Als Vlaamse huishoudens aan goede doelen geven, gaat hun voorkeur eerder uit naar initiatieven die:

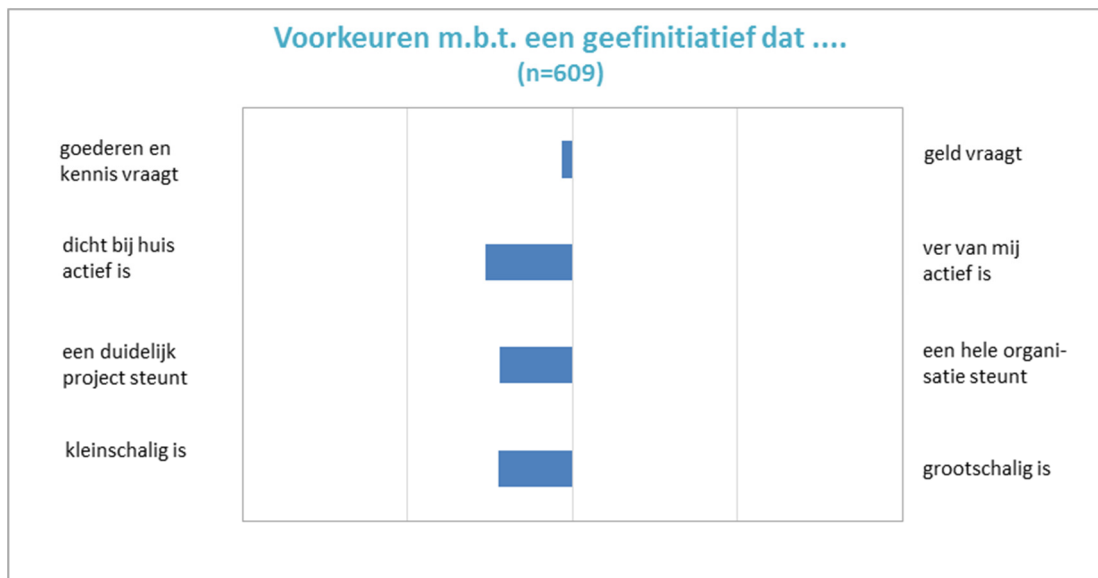
- *dicht bij huis actief zijn*, eerder dan initiatieven die ver van huis goed werk verrichten: dit geefgedrag is gelinkt met een betrokkenheid met en zichtbaarheid van (de realisaties van) geefdoelen, wat de gevers erg belangrijk vinden. Daarom is er een natuurlijke tendens om meer sympathie te hebben voor goede doelen die meer zichtbare resultaten leveren.



- *een duidelijk project steunen* eerder dan een algemene werking: ook hier is er een verklaarbare link met het feit dat men liever zichtbare resultaten ziet. Dit werd bevestigd door een getuigenis tijdens de workshops met de ontvangers van giften waarbij projecten die duidelijk omschreven zijn en door de gevers gevisualiseerd kunnen worden, veel meer geefinteresse opwekten dat eerder vaag en algemeen omschreven projecten¹³.
- *kleinschalig zijn eerder dan grootschalig*: hierbij gelden dezelfde argumenten als die waarom mensen liever projecten dicht bij huis verkiezen. Ook het feit dat de perceptie leeft, zoals in de bevraging bevestigd door de niet-gevers aan goede doelen, dat er bij grootschalige projecten meer geld zou gaan naar de interne organisatie en fondsenwerving, zou een verklaring kunnen zijn voor dit antwoordpatroon.

Er is geen duidelijke voorkeur voor giften in natura (goederen of kennis) of giften in geld, behalve bij personen die eerder moeilijk rondkomen en die een (logische) voorkeur hebben om giften in natura te kunnen geven.

Deze enquêteresultaten moeten in zekere mate genuanceerd worden vermits bijvoorbeeld in Nederland blijkt dat in de praktijk mensen toch vooral grootschalige landelijke initiatieven steunen. Dit kan gelinkt zijn aan het feit dat deze organisaties er beter in slagen om potentiële gevers te bereiken via mediacampagnes en fondsenwerving. Een meer professionele benadering van communicatie en fondsenwerving met specifiek aangetrokken profielen helpt uiteraard om de fondsenvraag beter te stellen. Een deel van de gevers zal ook enkel maar geven indien hen dit ook actief gevraagd wordt.

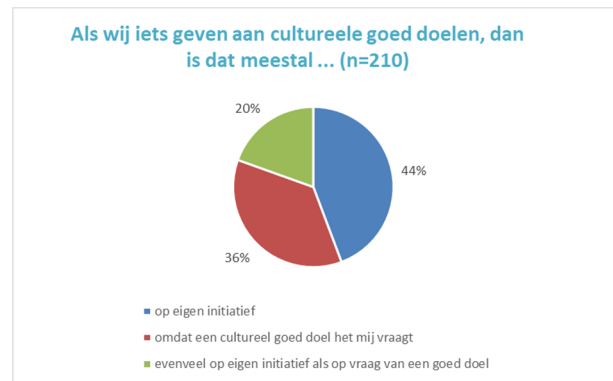
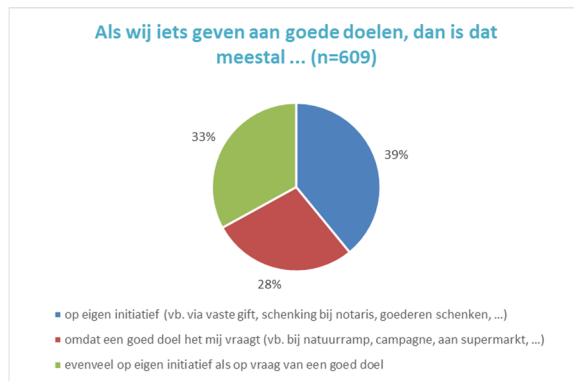


Wie neemt er het initiatief om te geven?

De meeste respondenten zeggen dat ze toch vooral op eigen initiatief aan goede doelen geven. Hoe ouder, hoe lager het aandeel wordt van respondenten om zelf het initiatief te nemen om te doneren. Zo zei 48% van de respondenten tot 34 jaar dat ze zelf het initiatief nemen, terwijl dit zakt tot 32% bij de 55-plussers.

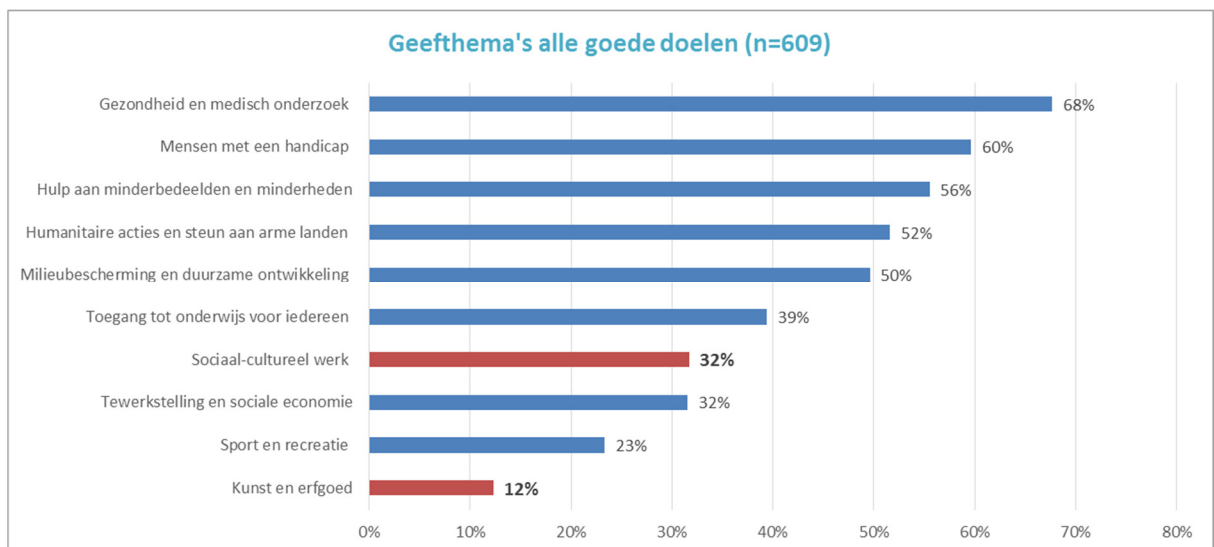
Bij gevers aan culturele goede doelen zegt bijna de helft dit vooral te doen op eigen initiatief. Hier zien we naar leeftijd toe veel minder verschillen naar initiatief en zijn het zelfs de 55-plussers die het meeste initiatief nemen om zelf te geven (48%).

¹³ Er waren 3 projecten die konden gesteund worden tijdens een geefcampagne. Het meest tastbare project (restauratie van een schilderij) genoot hierbij een duidelijke voorkeur bij de gevers.

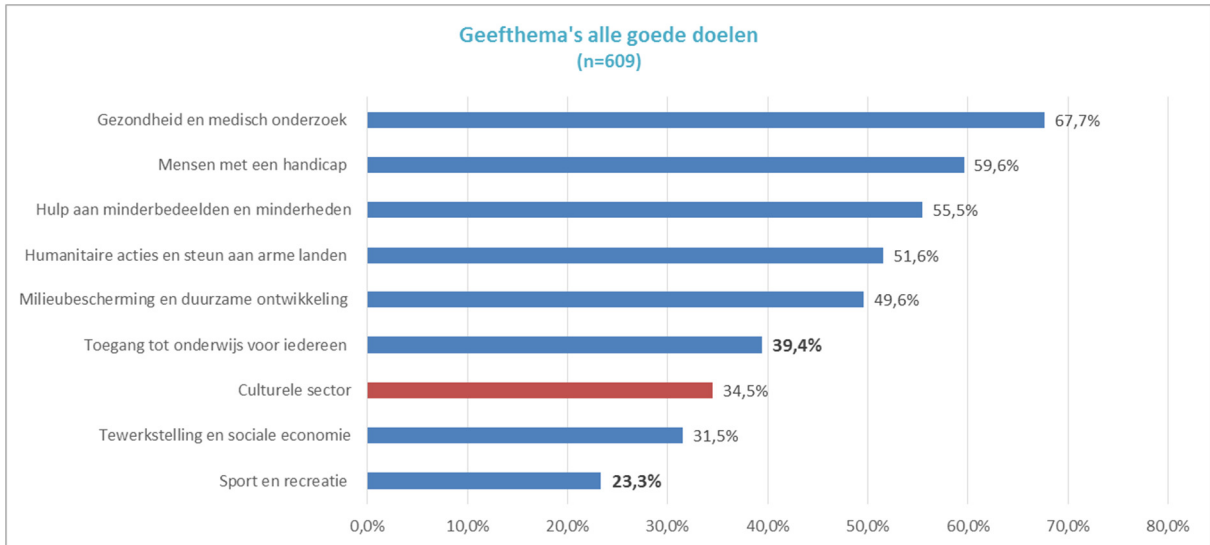


Welke thema's steunen de Vlaamse huishoudens het liefst?

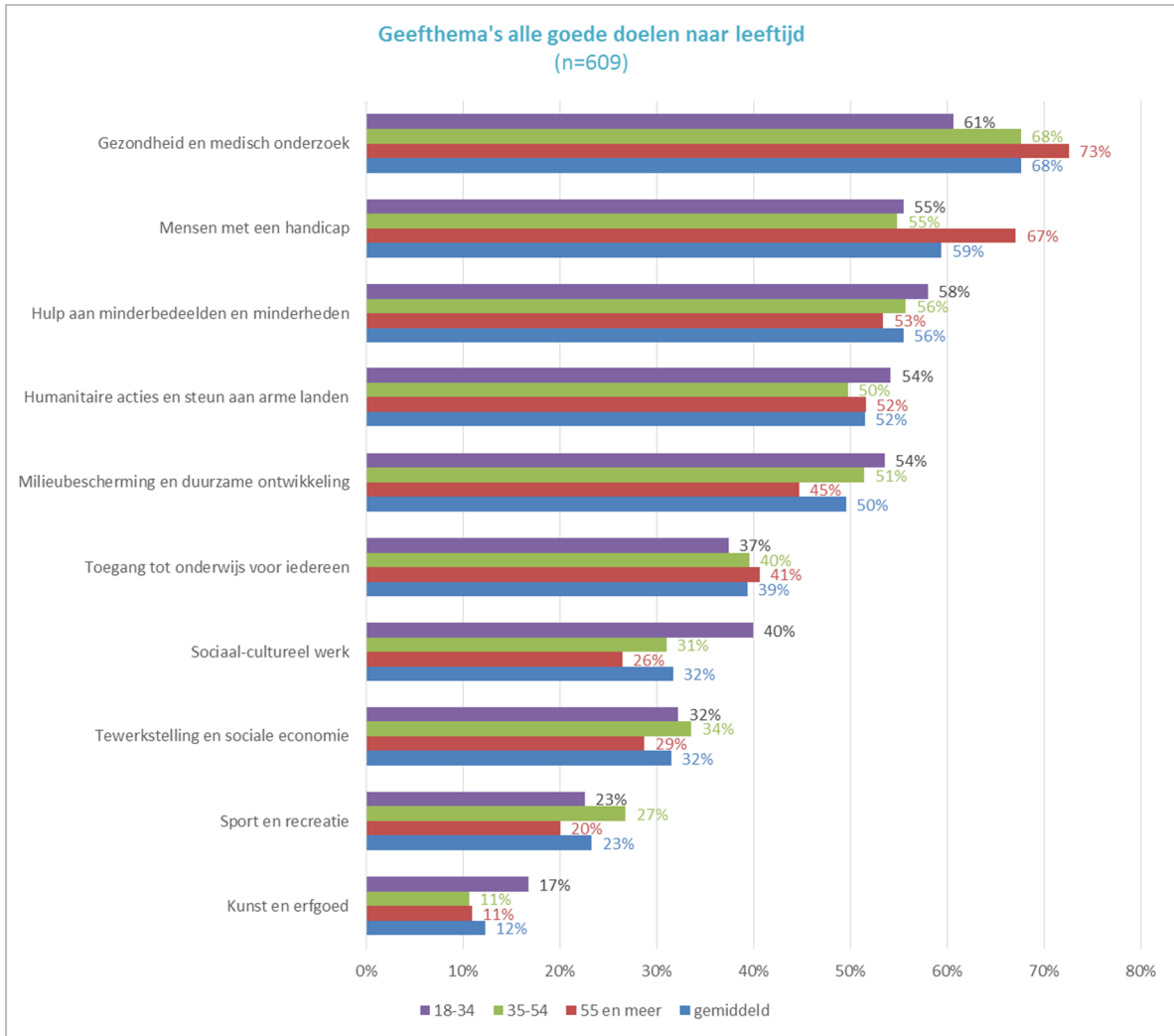
In lijn met eerdere onderzoeken rond geven aan goede doelen (vb. van de Koning Boudewijnstichting), geven de meeste Vlamingen aan gezondheidsthema's en het wetenschappelijk onderzoek hierrond (vb. kanker, MS, ...). Ook mensen met een handicap en minderbedeelden en minderheden kunnen het meest op steun van giften rekenen. Culturele goede doelen scoren laag als geefthema, en in het bijzonder kunst en erfgoed dat slechts 12% van de respondenten steunde in de voorbije drie jaar. Sociaal-cultureel werk scoort een stuk hoger, wat niet verwonderlijk is gezien het belang en de nabijheid van allerhande verenigingen (jeugd, sport, vrije tijd, ...) voor vele Vlamingen.



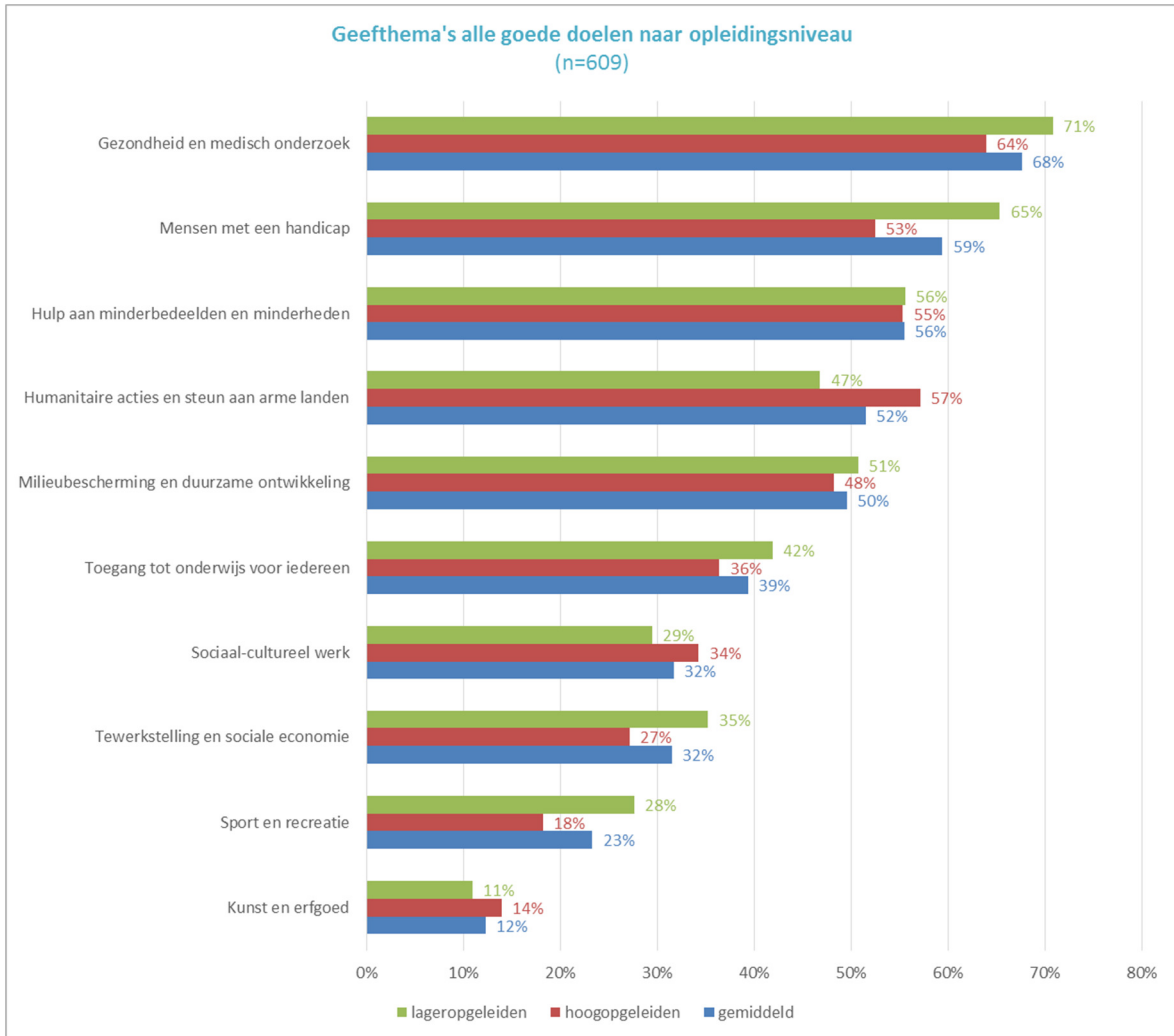
Nemen we 'Sociaal-cultureel werk' en 'Kunst en erfgoed' samen onder de noemer 'culturele sector', dan blijkt dat 34% van de gevers aan cultuur geeft. Dit is slechts een fractie meer dan de 32% voor het sociaal-cultureel werk wat aangeeft dat de meeste gevers beide segmenten van de culturele sector ondersteunen.



Naar leeftijd toe zijn er logischerwijze wat verschillen tussen voorkeuren voor geefthema's, maar blijft de volgorde van de geefthema's toch grotendeels behouden. Oudere gevers hebben een grotere interesse in thema's die dichter bij hun leefwereld komen (vb. gezondheid, handicaps), maar de cultuurthema's zijn toch vooral populairder bij de jongere leeftijdscategorieën.



Ook naar opleidingsniveau zijn er wat verschillen, maar deze zijn minder uitgesproken.

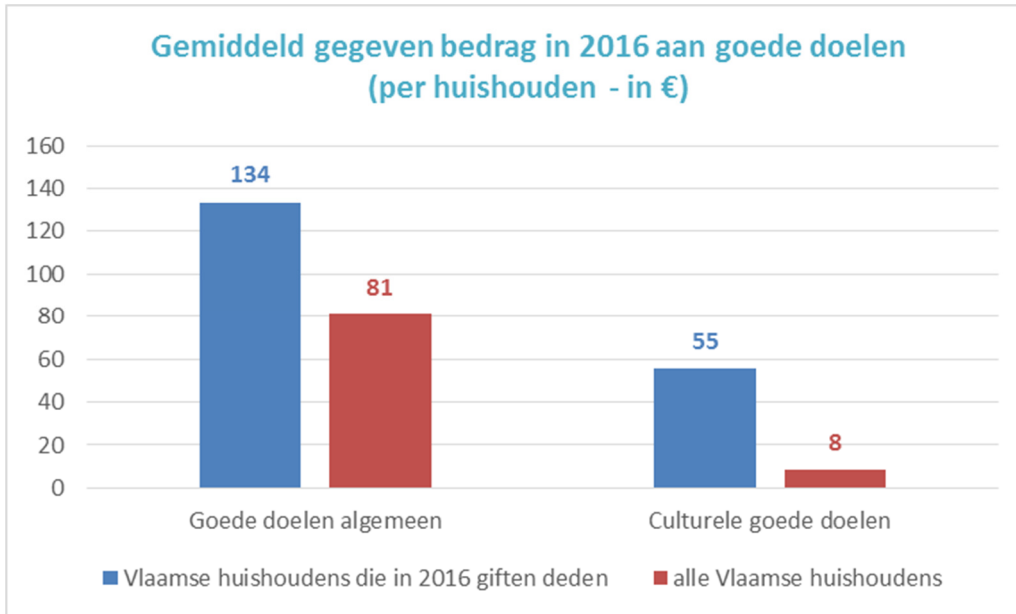


Welk bedrag geven Vlaamse huishoudens jaarlijks gemiddeld aan goede doelen?

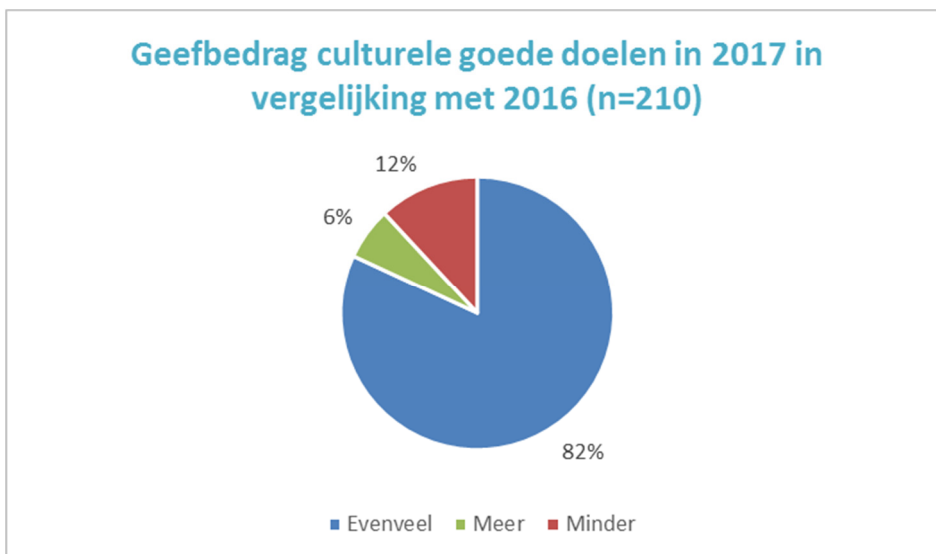
De totale gift van respondenten die in 2016 één of meerdere giften deden aan goede doelen, bedroeg naar schatting 134€ per huishouden¹⁴. Houden we ook rekening met de huishoudens die geen gift hebben gedaan, dan komt het gemiddeld geefbedrag per Vlaams huishouden uit op 81€.

De totale gift aan culturele goede doelen van respondenten die in 2016 één of meerdere giften deden aan culturele goede doelen, bedroeg naar schatting 55€ per huishouden. Houden we ook rekening met de (meerderheid van de) huishoudens die geen gift hebben gedaan aan culturele goede doelen, dan komt het gemiddeld geefbedrag voor culturele goede doelen per Vlaams huishouden uit op 8€.

¹⁴ De 5% hoogste en 5% laagste giften werden weggelaten om het effect van outliers uit te zuiveren.

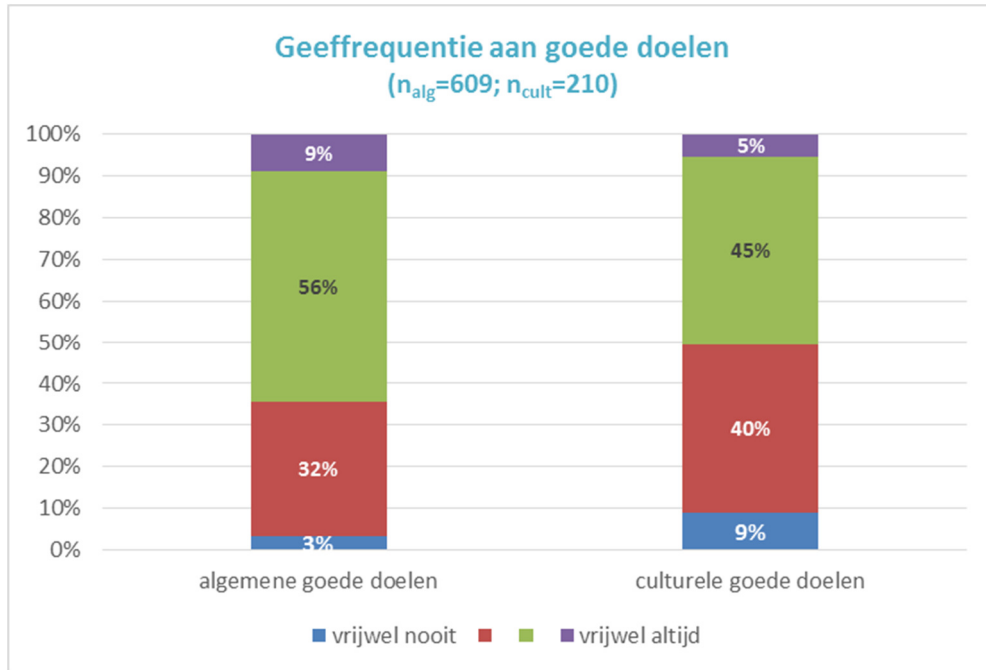


Aan de gevers van culturele goede doelen werd ook de vraag gesteld hoeveel ze in 2017 denken te geven aan culturele goede doelen. Een grote meerderheid denkt een vergelijkbaar bedrag te geven als in 2016 wat wijst op een trouw geefpubliek. Toch bestaat er een kans dat de totale ontvangen giften voor culturele goede doelen in 2017 onder druk komen te staan omdat er bij de overige gevers meer gezinnen zijn die minder dan meer denken te geven.



Hoe vaak geven Vlaamse huishoudens aan (culturele) goede doelen?

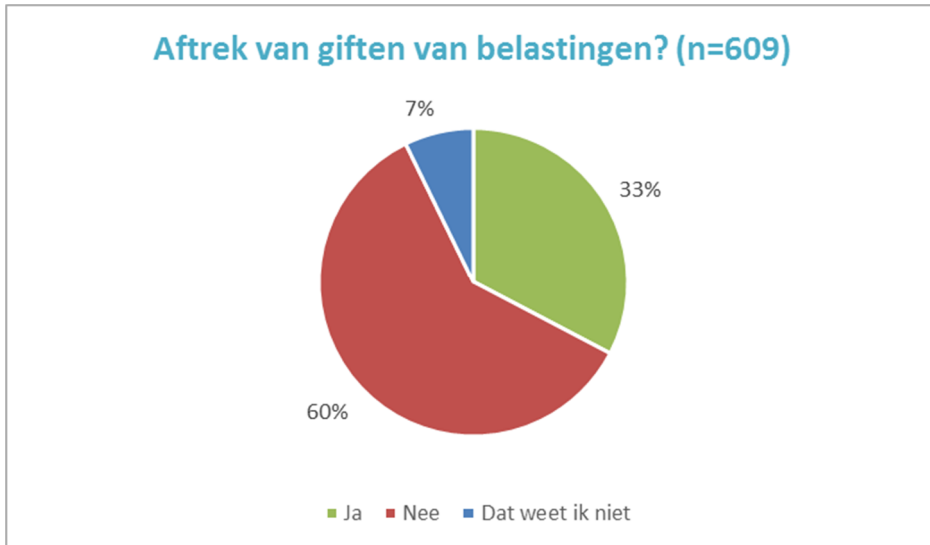
Op de vraag hoe vaak gevers aan goede doelen geven, antwoordde de meerderheid dat ze eerder frequent aan goede doelen schenken. Bij de culturele gevers ligt de geeffrequentie lager. Dit kan erop wijzen dat indien men iets aan een cultureel goed doel geeft, dit een meer gerichte en meer bewuste keuze is. Ook het gemiddeld gegeven bedrag aan culturele goede doelen van 55€ (of 41% van het gemiddeld totaal gegeven bedrag) terwijl het maar voor 21% van de giften (naar voorkeur) verantwoordelijk is, wijst op een in verhouding hoger gegeven bedrag.



Hoeveel % van de Vlaamse huishoudens hebben hun gift fiscaal ingebracht? En zouden ze evenveel geven als hun gift niet meer fiscaal kon worden ingebracht?

Van de respondenten die een gift hebben gedaan, zei 33% dat ze een deel van hun giften fiscaal hebben ingebracht. Hoe ouder de respondenten, hoe vaker hun gift werd opgenomen in de belastingaangifte. Dit kan enerzijds gerelateerd zijn aan een grotere kennis over de fiscale aftrekbaarheid van sommige giften, maar anderzijds ook aan het hogere gegeven bedrag (en dus de mogelijkheid om het überhaupt te kunnen opnemen).

Houden we ook rekening met de respondenten die geen gift deden, dan komen we op naar schatting 20% van de Vlamingen die in hun belastingaangifte een gift heeft ingegeven. Dit percentage is waarschijnlijk een overschatting omdat er volgens de FOD Financiën in 2014 zo'n 726.000 belastingplichtige Belgen een gift heeft ingebracht in de aangifte voor een totaalbedrag van 210 miljoen euro. Op een totaal van zowat 6 miljoen aangiften zouden we voor België moeten uitkomen op zowat 1,2 miljoen aangiften. Er ontbreken echter publieke gegevens over het aantal aftrekbare giften op gewestniveau zodat we geen conclusies kunnen trekken over verschillen tussen gewesten op het vlak van geven en het aantal aangiften met belastingaftrek.



De redenen waarom de respondenten hun gift niet hebben ingebracht, zijn divers. In meer dan de helft van de gevallen was het te wijten aan de aard van de gift, namelijk dat ze niet in aanmerking kwam voor belastingaftrek (vb. omdat het een niet-erkend goed doel was of de manier van fondsenverzameling niet voldeed aan de eisen) of dat het gegeven bedrag de drempel van 40€ niet haalde. Ook opmerkelijk was het feit dat een vijfde van de respondenten op deze vraag het niet nodig vond om de overheid te laten 'meebetalen' aan de gift, wat ze vooral als een persoonlijke keuze beschouwden waarvan anderen geen gevolgen hoefden te dragen.



De 22% respondenten die de aftrekregeling niet voldoende kennen in combinatie met de 7% respondenten die aangaven niet goed te weten of ze een gift hebben afgetrokken, wijst erop dat er toch nog progressie is voor goede doelen om de aftrekmogelijkheden beter bekend te maken bij de gevers en om zodoende via fiscaal aangepaste geefmanieren meer gevers aan te trekken en het geefbedrag te beïnvloeden. Uit de bevraging leren we vooral dat bij de gevers tot 34 jaar die de gift niet hebben ingebracht, 43% van hen de aftrekmogelijkheid onvoldoende kende. Bij de 55-plussers was dit slechts 9%. Het opleidingsniveau is een veel minder verklarende factor.

De mogelijkheid van aftrekbare giften is geen voldoende voorwaarde om giften te kunnen aantrekken. Het helpt als dusdanig wel mee en het drempelbedrag van 40€ zal wel een invloed hebben op de hoogte van een deel van de giften, maar driekwart van de gevers stelt dat ze evenveel zouden blijven geven aan goede doelen indien er geen belastingaftrek meer zou zijn. Voor een kwart van de gevers zou er wel degelijk een invloed zijn. Omgekeerd

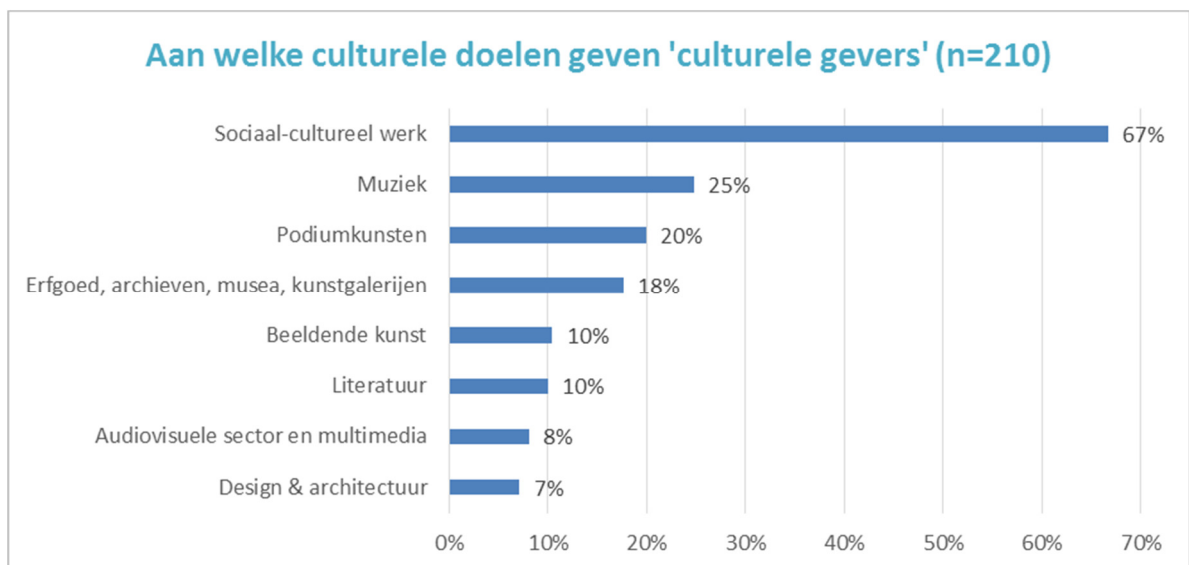


zou bij meer dan 70% van de niet-gevers een betere fiscale aftrek hen niet overhalen om toch te geven aan een goed doel.



Welke culturele goede doelen zijn het meest in trek bij Vlaamse huishoudens?

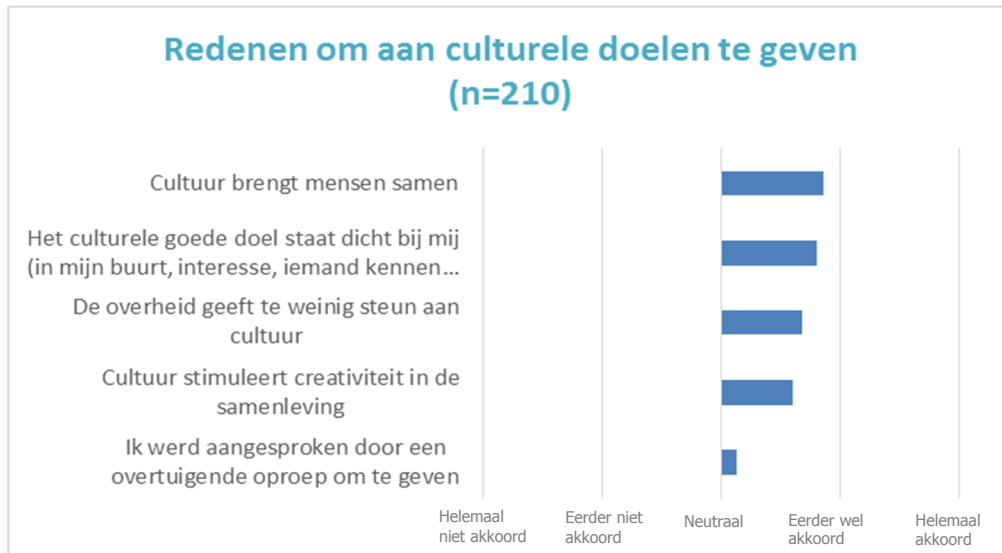
Binnen de culturele goede doelen is, zoals eerder ook al zichtbaar was, het sociaal-cultureel werk het populairst als geeftema. Tweederde van de culturele gevers gaf in de voorbije 3 jaar aan dit geeftdoel. Muziek en podiumkunsten volgen op ruime afstand, maar konden nog wel op de steun rekenen van minimum 20% van de culturele gevers. De belangstelling voor sociaal-cultureel werk als geeftema neemt af bij hogere leeftijdsgroepen, terwijl de belangstelling voor podiumkunsten toeneemt bij hogere leeftijdsgroepen. Naar opleidingsniveau zijn er weinig verschillen te merken, behalve bij 'Erfgoed, archieven, musea, kunstgalerijen' dat bij hogeropgeleiden op een grotere steun kan rekenen.





Waarom geven Vlaamse huishoudens (niet) aan culturele goede doelen?

Aan elk van de culturele gevers werd ook de vraag gesteld waarom ze aan culturele goede doelen geven. Voor elk van de voorgestelde antwoorden verklaarden de respondenten zich minstens in zekere mate akkoord, met het samenbrengen van mensen als belangrijkste motief om aan culturele goede doelen te geven. Gezien de respondenten slechts een heel kleine mate van akkoord hebben uitgedrukt dat de culturele sector gemiddeld een overtuigende oproep doet om te geven, zijn er op dit vlak zeker nog progressiemogelijkheden.



Aan personen die wel een gift aan een goed doel gegeven hebben, maar geen giften aan culturele goede doelen, werd ook de vraag gesteld wat hiervoor de reden is.

De 2 meest voorkomende gegeven antwoorden zijn dat andere goede doelen (nog) grotere noden of een groter maatschappelijk nut hebben dan culturele goede doelen. Ook uit enkele individuele antwoorden borrelde op dat de respondenten cultuur als een zeker 'luxe-product' beschouwen dat minder levensnoodzakelijk is dan andere (vb. wetenschappelijk medisch onderzoek, humanitaire hulpverlening, ...) waardoor het minder als een goed doel gepercipieerd wordt. Ook zien ze het meer een taak van de overheid om cultuur te ondersteunen.





Hoe kunnen culturele goede doelen meer giften aantrekken?

Bovenstaande tabel levert ook enkele interessante inzichten op over hoe culturele goede doelen zelf actiever giften kunnen aantrekken:

- *Stel de vraag om te geven:* op dit moment zijn er een heleboel gevers die nog niet aan culturele goede doelen schenken en die potentieel ook aan goede doelen kunnen geven indien ze hiertoe actief gevraagd worden. Bij personen die al aan cultuur geven wordt het meer vragen als minst belangrijke reden aangeduid. Maar toch zouden ook in deze groep van culturele gevers nog steeds 33% meer willen geven indien de vraag gesteld wordt.
- *Voorzie meer manieren om (laagdrempelig) te geven:* dit hangt uiteraard samen met het vorige verbeterpunt. Het aanbieden van originele manieren om te geven die inspelen op de gevoeligheden en betrokkenheid van potentiële gevers vormen zeker een pluspunt. Dit vereist wel een goede kennis van het eigen geefpubliek. Deze suggestie scoort zowel hoog bij niet-gevers als bij gevers aan culturele goede doelen.
- *Communiceer over wat er met de ontvangen middelen gedaan wordt:* de gift ontstaat vanuit een betrokkenheid en sympathie voor een bepaald goed doel. Deze betrokkenheid moet ook na de gift worden in stand gehouden. Bovendien zorgt communicatie voor transparantie en geeft het inzicht in wat er met de giften gedaan werd zodat het vertrouwen in een goede besteding van de middelen toeneemt. Het verbeteren van de communicatie over wat er met de middelen gebeurt, wordt door de gevers aan culturele goede doelen zelfs als belangrijkste suggestie gegeven opdat ze meer aan culturele goede doelen zouden geven.
- *Zorg voor fiscale aftrekbaarheid van giften:* hoewel we eerder zagen dat fiscale aftrekbaarheid geen voldoende reden is om iets aan een goed doel te schenken, is het toch belangrijk om dit te voorzien, vooral indien het culturele goede doel samen met andere goede doelen die beter inspelen op fiscale aftrekbaarheid in de running is voor het verwerven van giften.
- *Zorg dat giften efficiënt besteed worden:* dit is zowel bij gevers aan cultuur als bij niet-gevers in redelijke mate belangrijk



4.1.3 Vergelijking met andere onderzoeken in binnen- en buitenland

De resultaten van dit eerste grootschalig onderzoek naar het geefgedrag van de Vlaamse (culturele) gever, liggen grotendeels in lijn met bevindingen van eerder onderzoek dat in België en in het buitenland werd gevoerd. In wat volgt zal er vooral een vergelijking worden gemaakt met het jaarlijkse grootschalige onderzoek 'Geven in



Nederland', onder projectleiding van Prof. Dr. René Bekkers. De meest recente versie van dit onderzoek gaat over het jaar 2015. De belangrijkste bevindingen uit dit onderzoek worden hieronder samengevat en vergeleken met het Vlaamse onderzoek.

Bij de vergelijkingen moet er wel rekening mee gehouden worden dat de geeftema's in Nederland en Vlaanderen op bepaalde punten anders gedefinieerd werden waardoor 1 op 1 vergelijkingen niet altijd mogelijk zijn. Zo werd in het Vlaamse onderzoek 'cultuur' veel ruimer gedefinieerd. Cultuur omvat zoals eerder vermeld niet enkel kunst en erfgoed, maar ook het heel brede veld van sociaal-cultureel werk dat een ruimere waaier van initiatieven omvat van jeugdverenigingen, over sportverenigingen tot vrouwenbewegingen. In Nederland is deze definitie enger en valt ze samen met wat wij omschrijven als 'kunsten en erfgoed'.

Bevindingen uit onderzoek in NL	Gelijkenissen of verschillen met dit onderzoek
<ul style="list-style-type: none"> 85% van de giften vindt plaats na een verzoek om een gift door het goede doel. 	<ul style="list-style-type: none"> 39% zegt vooral uit eigen initiatief te geven, 61% zegt minstens deels op vraag van het goede doel te geven. Voor giften aan cultuur is dit respectievelijk 44% en 56%.
<ul style="list-style-type: none"> Huishoudens geven het vaakst aan gezondheid (74%), milieu, natuurbehoud en dierenbescherming (44%) en internationale hulp (41%). 29% van de huishoudens geeft aan kerk en levensbeschouwing. 	<ul style="list-style-type: none"> Huishoudens geven het vaakst aan gezondheid en medisch onderzoek ernaar (68%), gevolgd door steun aan mensen met een handicap (60%). Milieubescherming en duurzame ontwikkeling spreekt 50% van de respondenten aan en internationale hulp 52%. Giften aan kerk en levensbeschouwing worden door geen enkele respondent aangehaald.
<ul style="list-style-type: none"> 11% van de huishoudens geeft aan cultuur, 13% geeft aan sport en recreatie. 	<ul style="list-style-type: none"> 12% van de huishoudens geeft aan 'kunst en erfgoed', 32% geeft aan sociaal-cultureel werk. Vergelijkbaarheid met de Nederlandse cijfers is moeilijk vermits andere invullingen aan de categorieën wordt gegeven.
<ul style="list-style-type: none"> Gemiddeld schonk een Nederlands gezin in 2013 geldgiften ter waarde van 203€. Huishoudens die geld gaven aan goede doelen gaven gemiddeld 232€. Gemiddeld gaat 40% naar kerk en levensbeschouwing. 	<ul style="list-style-type: none"> Gemiddeld schonk een Vlaams gezin in 2016 geldgiften ter waarde van 81€. Huishoudens die geld gaven aan goede doelen gaven gemiddeld 134€. Kerk en levensbeschouwing worden amper aangehaald als geeftoel en bepalen in sterke mate het verschil tussen Vlaanderen en Nederland
<ul style="list-style-type: none"> Gemiddeld schonk een Nederlands gezin in 2013 ongeveer 26€ aan cultuur. 	<ul style="list-style-type: none"> Gemiddeld schonk een Vlaams gezin ongeveer 55€ aan cultuur (dat ook sociaal-cultureel werk omvat).
<ul style="list-style-type: none"> Men schenkt meer aan cultuur naarmate men een hogere opleiding heeft gevolgd 	<ul style="list-style-type: none"> in Vlaanderen is het verschil niet significant verschillend (56€ bij hogeropgeleiden tegenover 54€ bij lageropgeleiden)

4.2 Bedrijven

Op 16 februari 2017 werd in het kader van dit onderzoek een focusgroep georganiseerd met stakeholders uit de bedrijfswereld om meer inzicht te krijgen in de **motieven** van en **hinderpalen** voor bedrijven om te geven aan cultuur en de rol van het fiscale kader hierin. Eveneens werden aanbevelingen besproken om te geven door bedrijven



aan cultuur verder te ontwikkelen en stimuleren; deze aanbevelingen zijn opgenomen in Hoofdstuk 5. In Bijlage 0 geven we een overzicht van de deelnemers aan deze focusgroep.

Tabel 3 geeft een overzicht van de motieven voor bedrijven om te geven aan cultuur. Er zit geen rangorde in deze motieven, maar uit de focusgroep kwam wel sterk naar voor dat één van de voornaamste drijfveren voor bedrijven om te geven aan cultuur de betrokkenheid is met het culturele doel. Een belangrijke implicatie hiervan is dat culturele doelen deze betrokkenheid kunnen opzoeken en verhogen door naar aanknopingspunten te zoeken met de bedrijfsstrategie of met de persoonlijke interesses van een bedrijfsleider. Bedrijven vragen om te geven aan cultuur is m.a.w. maatwerk.



Tabel 3: Motieven voor bedrijven om te geven aan cultuur

Motieven om te geven aan cultuur	
a. Betrokkenheid	Bedrijven en bedrijfsleiders geven aan een cultureel doel waar ze zich betrokken bij voelen. Dikwijls heeft dit cultureel doel aansluiting bij de bedrijfsstrategie (gedeelde waarden), maar dit hoeft niet altijd het geval te zijn: de persoonlijke betrokkenheid van een individuele bedrijfsleider kan evenzeer een overwegende drijfveer zijn om te geven aan een bepaald cultureel doel. Dit kan meer het geval zijn voor bedrijfsleiders die ook de eigenaar van het bedrijf zijn. Als het bedrijf een eigen Corporate Social Responsibility (CSR/MVO) afdeling heeft, zal de aansluiting van het culturele doel met de bedrijfsstrategie en/of de doelgroep van het bedrijf het belangrijkste zijn. Er werd benadrukt in de focusgroep dat de vragen om giften vanuit de culturele sector aan het bedrijfsleven dus "maatwerk" zijn voor elk apart bedrijf om deze betrokkenheid zo hoog mogelijk te maken. Voor ontvangers uit het culturele veld is het van belang om de juiste personen op de juiste manier binnen het bedrijf te benaderen – dit is echter geen eenvoudige opdracht.
b. Zichtbaarheid, prestige & profilering	Imago-opbouw kan een " externe " drijfveer zijn voor bedrijven om te geven aan cultuur. Het geven aan cultuur kan in deze context bedrijven ook helpen in hun profilering m.b.t. maatschappelijk verantwoord ondernemen evenals hun " employer branding " naar potentiële werknemers toe.
c. Zingeving	Geven aan cultuur kan ook helpen om " intern " zingeving te creëren bij werknemers en bij te dragen aan de binding van werknemers met hun bedrijf.
d. Netwerking via intermediaatie door het culturele doel	Verschillende bedrijven die geven aan (hetzelfde) culturele doel, voelen zich deel van een "club" (Peer 2 Peer) en kunnen via het culturele doel in contact komen met elkaar .
e. De "Glow"	"Geven doet deugd ".
f. Waarde van cultuur voor de samenleving	Bedrijven vinden het belangrijk om te geven aan cultuur omwille van de waarden die de culturele doelen uitdragen in de samenleving, zoals maatschappelijke "warmte" en cohesie.
g. "Esthetisch verlangen"	Bedrijven en bedrijfsleiders kunnen ook geven aan cultuur omwille van hun verlangen om de maatschappij mooier te maken. Hierbij zal de overeenkomst tussen de "smaak" van het bedrijf of de bedrijfsleider en de "smaak" van het culturele doel, de doorslag geven om te geven aan een bepaald cultureel doel.

In Nederland (De Gilder, 2015¹⁵) werden de volgende motieven gerapporteerd door bedrijven die "geven", niet alleen aan culturele doelen maar ook aan andere doelen (in dalende orde van belang - tussen haakjes staan de corresponderende motieven uit Tabel 3):

1. Maatschappelijke betrokkenheid: uit ethische of ideële motieven (cfr. motieven a, f en g)
2. We hebben een taak t.o.v. de leefbaarheid in onze omgeving-(cfr. motief f)
3. Het bevordert de betrokkenheid van medewerkers bij de organisatie (cfr. motief c)
4. Het is goed voor het intern functioneren/intern management
5. Het doel sluit aan bij de commerciële doelstellingen van ons bedrijf, marketing, concurrentievoordeel naamsbekendheid; geeft toegang tot nieuwe of andere contacten (cfr. motieven a, b en d).

¹⁵De Gilder D., 2015, "Geven door bedrijven", in "Geven in Nederland 2015 – Giften, nalatenschappen, sponsoring en vrijwilligerswerk"



De motieven van bedrijven in Nederland om giften te doen, zijn dus zeer gelijkaardig aan de motieven om te geven aan cultuur, die naar voor kwamen uit de focusgroep. De resultaten uit Nederland maken wel duidelijk dat de meeste bedrijven geen beleid hebben op het vlak van sponsoring of giften. Het lijkt erop dat bedrijven in Nederland ad hoc beslissen wel of niet aan een doel te geven.

Kwalitatief onderzoek in Frankrijk (CERPHI, 2009¹⁶) over de motieven van KMO's om aan bedrijfsmecenaat te doen, benadrukt de volgende motieven voor bedrijfsmecenaat (niet alleen voor culturele doelen):

- ▶ Zichtbaarheid, prestige en profilering;
- ▶ Netwerkeffecten: mecenaat biedt de kans om in contact te komen met of toe te treden tot de club van andere mecenasen.

De rol van de bedrijfsleider werd in deze studie beklemtoond: de persoonlijke betrokkenheid van de bedrijfsleider werd als doorslaggevend motief beschouwd ("conditio sine qua non") om aan een specifiek goed doel te geven. Daarentegen was de betrokkenheid van het personeel bij een bepaald goed doel geen motief om te geven, eerder een positief neveneffect. Voor de geïnterviewde bedrijfsleiders was de gunstige fiscaliteit in Frankrijk voor bedrijfsmecenaat (zie Box 3) geen drijfveer om al dan niet te geven, maar wel een drijfveer om *meer* te geven.

Naast de motieven om te geven, hebben we bij de deelnemers aan de focusgroep ook gepeild naar barrières om te geven aan cultuur. Deze zijn samengevat in Tabel 4.

Tabel 4: *Hinderpalen voor bedrijven om te geven aan cultuur*

Hinderpalen om te geven aan cultuur	
a. Geen voeling tussen bedrijfswereld en culturele wereld	Een hinderpaal om te geven aan cultuur is dat de bedrijfswereld en culturele wereld soms geen voeling hebben met elkaar. Hier speelt dus ook de " schrik voor het onbekende " (zowel langs de kant van het bedrijfsleven als langs de kant van de culturele sector). Dit leunt ook nauw aan bij de verschillende cultuur van de bedrijfswereld en de culturele sector (cfr. hieronder).
b. Andere "cultuur"	De culturele wereld en de bedrijfswereld hebben een ander taalgebruik evenals een andere manier van werken : <ul style="list-style-type: none"> • Taalgebruik: in de zoektocht naar financiering zijn vele culturele organisaties veelal gewoon aan de taal van subsidie-aanvragen. Het taalgebruik in deze aanvragen is echter volledig verschillend van het taalgebruik van bedrijven. Evenzeer wijkt de taal van de creatieveling af van deze binnen bedrijven. Dit verschillend taalgebruik tussen de culturele sector en het bedrijfsleven kan een "stoorzender" vormen in het vinden van een connectie tussen bedrijven en culturele doelen. • Manier van werken: bedrijven streven naar efficiëntie terwijl dit voor de culturele sector niet (altijd) een doorslaggevende factor is. Dit kan eveneens leiden tot een "disconnect" tussen bedrijven en culturele doelen. In deze context is het ook belangrijk dat culturele doelen transparant zijn over de besteding van de giften.
c. Bereik en zichtbaarheid in culturele sector is soms te klein	Sommige projecten in de culturele sector zijn zeer kleinschalig waardoor ze voor sommige bedrijven een te kleine zichtbaarheid/return opleveren indien ze zouden geven aan deze kleinschalige doelen.

¹⁶ CERPHI (Centre d'étude et de la recherche sur la philanthropie), 2009, "Comment développer des relations avec les associations : le point de vue des PME ». <http://www.cerphi.org/wp-content/uploads/2011/05/PME-associations-pdf.pdf>



Hinderpalen om te geven aan cultuur	
d. Geen duidelijk fiscaal kader voor bedrijfsmecenaat	Voor bedrijven is er geen duidelijk fiscaal kader voor bedrijfsmecenaat. Dit creëert onzekerheid voor bedrijven, voornamelijk voor KMO's die hierdoor geremd zijn om te geven.
e. Geen geef"cultuur" in de bedrijfswereld	Het bedrijfsleven kijkt soms te veel naar de overheid om cultuur te financieren – de mecenaatsgedachte is niet prominent aanwezig in bedrijven.
f. Geen vraag/dank "cultuur" in culturele sector	De culturele sector heeft niet (altijd) de reflex om financiering te vragen aan het bedrijfsleven. Evenzeer zijn de vragen vanuit de sector niet altijd duidelijk of professioneel genoeg gesteld naar het bedrijfsleven toe. De cultuur om te bedanken na een gift lijkt ook niet altijd aanwezig in de culturele sector.
g. Cultuur is geen "prioriteit" of "noodzaak"	Cultuur wordt door sommige bedrijven gepercipieerd als een "luxe"product.
h. Niet genoeg soepelheid?	Om een connectie te vinden tussen de waarden van bedrijven en culturele actoren, is soms soepelheid vereist. Bedrijven vinden deze soepelheid niet altijd terug bij culturele actoren.
i. Imago?	Het imago van sommige culturele subsectoren, bvb. erfgoed, is volgens bedrijven niet altijd "innovatief" of "fris" genoeg, waardoor bedrijven minder geneigd zullen zijn om te geven aan deze subsectoren.

Het Franse onderzoek van CERPHI (2009)¹⁷ over bedrijfsmecenaat bij KMO's bevestigt de volgende eerder "generieke" hinderpalen om te geven aan goede doelen (tussen haakjes staan de corresponderende motieven uit Tabel 4) :

- ▶ Geen voeling tussen KMO en het goede doel (cfr. hinderpaal a);
- ▶ Geen duidelijke of professionele vraagstelling vanuit het goede doel - Geen overzichtelijke presentatie van het project of organisatie waarvoor men geld vraagt (cfr. hinderpalen b en f) ;
- ▶ "Eenrichtingsvraag" - goede doel zoekt geen aansluiting of raakvlakken op bij bedrijf of bedrijfsleider (cfr. hinderpalen a, b en h);
- ▶ Geen dankwoord (cfr. hinderpaal f).

4.3 Ontvangende culturele initiatieven

Naast de workshop met bedrijven werd er ook een workshop gehouden met ontvangers van giften (binnen de culturele sector uiteraard). In Bijlage 0 geven we een overzicht van de deelnemers aan deze workshop. De bedoeling van deze workshop was om betere inzichten te krijgen in:

- de geefmotieven waarop ze inspelen om giften aan te trekken;
- de hindernissen die ze hierbij ondervinden;
- succesvolle en minder succesvolle fondsenwervingscampagnes en de reden waarom het wel of niet aansloeg;
- beleidsaanbevelingen vanuit de sector.

¹⁷ CERPHI (Centre d'étude et de la recherche sur la philanthropie), 2009, "Comment développer des relations avec les associations : le point de vue des PME ». <http://www.cerphi.org/wp-content/uploads/2011/05/PME-associations-pdf.pdf>



Uit de workshop kwam prominent naar voor dat het benaderen van burgers en bedrijven voor giften een fundamenteel verschillende aanpak vereist, en dat een aanpak die voor de ene doelgroep geldt niet zomaar kan worden overgezet naar de ander doelgroep. Toch moesten we ook constateren dat de fundamentele geefmotieven voor beide doelgroepen vrij gelijklopend zijn. Sleutelwoord bij beiden zijn immers passie, waarbij de passie voor een bepaald initiatief of goed doel de passie van een potentiële gever moet zien te vinden. Het goede doel moet deze passie in al wat het doet uitademen zodat er een klik ontstaat met de gever.

In onderstaande tabel worden de belangrijkste geefmotieven waarop ingespeeld wordt, samengevat en aangegeven voor welke doelgroep ze relevant zijn om uit te spelen richting potentiële gevers. De drijfveren worden in willekeurige volgorde van belangrijkheid gegeven. Er dient opgemerkt te worden dat de drijfveren voor de verschillende sectoren binnen cultuur een ander gewicht kunnen krijgen en dat er dus zoals we eerder zagen bij de geefmotieven van bedrijven maatwerk nodig is. Zo zal bvb. binnen erfgoed het deel uitmaken van een P2P netwerk mogelijk een belangrijke drijfveer zijn, terwijl bvb. bij bewegingen de identificatie met waarden eerder een belangrijk motief zal zijn.



Tabel 5: Motieven waarop ontvangers van giften binnen cultuur inspelen

Geefmotieven	Uitspelen richting		Toelichting
	burgers	bedrijf	
Beleving, emotie, passie, liefde voor een bepaald thema	X	X	Uitdaging is om dit verhaal ook goed over te brengen, wat zeer arbeidsintensief is
Visibiliteit		X	Zoals uit luik 1 van deze studie blijkt, is het voor rechtspersonen/bedrijven met een winstoogmerk moeilijk te verantwoorden om zomaar "om niet" iets weg te schenken. Omwille van deze "grijze zone" voor bedrijven bij het "geven om niet", zal een incentive, zoals het krijgen van een bepaalde visibiliteit door het geven aan cultuur, een belangrijk motief zijn voor bedrijven om te geven.
Deel uitmaken van een netwerk, soms ook omwille van prestige die van het goede doel afstraalt (peer-to-peer groepsdruk)		X	Geeft opportuniteiten door in te spelen op friendraising ipv fundraising, waarbij het netwerk van gevers aangesproken wordt om middelen aan te trekken. Dit veronderstelt persoonlijk contact met gevers om een duurzame relatie op te bouwen met emotionele betrokkenheid (maatwerk)
Betrokkenheid, nabijheid, delen van dezelfde waarden	X	X	
Maatschappelijk belang van cultuur	X	X	
Solidair zijn met groepen die kansen verdienen	X		
Fiscale voordeel die gift kan opleveren	X		
Extra kwaliteit of vernieuwing kunnen bieden door giften en dus expliciteren in een duidelijk project met duidelijke vraagstelling	X		
Mede-eigenaarschap ontwikkelen en hierdoor impact willen creëren en informele invloed kunnen uitoefenen	X	X	
Inspelen op een gemis, een nood, het prangend karakter (urgentie) ervan benadrukken	X	X	Ook indien er incentives aan vasthangen kan het helpen om de urgentie van het verkrijgen van de incentives te benadrukken.



Gevraagd worden en dus mecenas prestige/belangrijkheid		X	
Altruïsme	X		

Als belangrijkste hinderpalen werden de volgende elementen naar voor gebracht. Net als bij de drijfveren worden deze hindernissen in willekeurige volgorde van belangrijkheid gegeven.

Hindernissen	Toelichting
Onzichtbaarheid van cultuur tussen de veelheid van andere initiatieven die ook giften willen aantrekken (concurrentie tussen geefdoelen)	
Druk op budgetten (socio-economisch tijds kader)	
Indien al lidgeld betaald is, is het soms moeilijk om nog bijkomende giften te vragen	
Onvoldoende gedeelde waarden (onvoldoende identificatiemogelijkheden)	
Te weinig zicht kunnen geven op de besteding van middelen of niet de gewenste resultaten kunnen boeken (geen professionele opvolging)	
Te weinig specifieke projecten	
Afhankelijkheid van te milde en te grote donateurs, waardoor onafhankelijkheid mogelijk in gevaar komt	Voldoende rijk portfolio van donateurs is aangewezen
Negatieve perceptie dat teveel middelen naar overheadkosten gaan of om putten te dichten, wat versterkt wordt indien er geen specifieke projecten worden gedefinieerd	Communiceren over besteding middelen en er transparant in zijn
Gebrek aan transparantie	
Besparingen vanuit de overheid geven een signaal dat het maatschappelijk niet echt belangrijk gevonden wordt	



Gebrek aan professionalisme op het vlak van fondsenwerving bij non-profit organisaties, waarbij fondsenwerving vaak niet met de nodige expertise wordt opgenomen.	Verbetermogelijkheden om fondsenwerving, communicatie, ... te optimaliseren
Er bestaat een grijze zone over wat fiscaal mogelijk is of niet, vooral richting bedrijven	
De belastingdruk is al hoog, wat het moeilijk kan maken om nog geld te vragen voor openbare structuren	
De culturele sector heeft onvoldoende zicht op de kostprijs van verschillende geefmanieren. Een voorbeeld hiervan is crowdfunding, waarvan de kost vaak wordt onderschat (het blijkt niet altijd de kip met de gouden eieren)	Crowdfundingacties vergen vaak erg veel werk voor in verhouding maar een beperkt opgehaald bedrag, het is vooral een belangrijk instrument als marketingtool. Deze vaststelling geldt voornamelijk voor "donation-based" en "reward-based" crowdfunding campagnes, waarbij de crowd een gift doet, en er al dan niet een reward voor in de plaats krijgt. Verschillende onderzoeken wijzen uit dat bij dit type van crowdfunding de gemiddelde opgehaalde bedragen schommelen rond €4.000-5.000, terwijl hier vaak veel tijdsinspanningen tegenover staan.

Uit de workshop kwamen ook enkele adviezen en tips naar voor om meer giften aan te trekken en dit op basis van eerdere fondsenwervingscampagnes

- ▶ Indien fondsen voor individuele projecten moeten worden aangetrokken, is het belangrijk om deze projecten zo duidelijk mogelijk te beschrijven;
- ▶ Het kan helpen om bij campagnes in te spelen op de betrokkenheid en nabijheid (dus actieve werving in de buurt) en ook is het vaak succesvol om een gevoel mee te geven dat men zich moet haasten (urgentie van gift of urgentie om een incentive te verkrijgen die gekoppeld is aan een gift);
- ▶ Vergeet je gevers niet, ook nadat ze gegeven hebben. Belangrijk om een langetermijnrelatie met hen op te bouwen en ook bvb bij verjaardagen aan de gevers te denken zodat interesse voor het initiatief weer geprikkeld wordt. Dus een duurzame betrokkenheid tot stand brengen.
- ▶ De impact van online geefknoppen mag niet overschat worden en moet vooral beschouwd worden als een extra manier om te geven. Gevers aan goede doelen zijn nog steeds redelijk behoudsgezind en zelfs indien er online een geefknop beschikbaar is, voert nog steeds de overgrote meerderheid van de gevers een manuele gift in via online bankieren.



5/ Aanbevelingen voor een meer performant Vlaams geefbeleid voor cultuur

Op basis van de bevindingen uit Luik 1 en Luik 2 van deze studie, maken we graag volgende set van aanbevelingen voor het verder uitwerken van een meer performant Vlaams geefbeleid voor cultuur, over aan de Vlaamse overheid.

Voorafgaand aan de bespreking van deze aanbevelingen, merken we op dat voor de onderstaande aanbevelingen m.b.t. het *fiscale kader* voor geven aan cultuur, het gesprek zal moeten worden aangegaan met beleidsmakers op federaal niveau. We stellen hierbij voor om de krachten te bundelen met de Waalse partners, die evenzeer vragende partij zijn voor een meer stabiel en stimulerend fiscaal kader voor geven aan cultuur, zodat er samen op de besluitvorming op federaal niveau kan gewogen worden.

Laat "Cultuur, daar geven we om in Vlaanderen" doorschijnen in je geefbeleid (en breder)

- ▶ **Als het beleid iets belangrijk vindt**, is de kans groter dat het initiatief bij het grote publiek/bedrijfswereld ook belangrijk gevonden wordt (impact kunnen genereren). Wanneer je als overheid kiest om een stimulerend geefbeleid te voeren voor cultuur, is het daarom belangrijk dat je als Vlaamse overheid zelf uitdraagt dat cultuur in de samenleving belangrijk is, en dat ook de overheid zelf het belangrijk vindt om hier blijvend in te investeren. Communiceer daarom als Minister van Cultuur waar mogelijk over de positieve en multidimensionale impact van kunst, erfgoed en (sociaal-)cultureel werk voor de samenleving.
- ▶ Zorg ervoor dat een (fiscaal) stimulerend geefbeleid hand in hand gaat met een blijvende eigen zorg voor cultuur vanuit de overheid. Zowel uit de bevraging als de focusgroepen kwam naar voor dat een klimaat van "huishoudens en bedrijven moeten bijspringen, omdat de overheid bespaart op cultuur" contraproductief werkt: mensen willen geen geldput vullen, maar wel bijdragen aan een positief project dat dankzij hun gift nog meer impact kan hebben en kwaliteit kan bieden. In deze context is het **niet aan te raden om een communicatiecampagne te lanceren om geven aan cultuur aan te wakkeren en dit tegelijk te koppelen aan een besparingsbeleid vanuit de overheid**. In Nederland is de zogenaamde Geefwet en de eraan gekoppelde promotiecampagne "Cultuur, daar geef je om" in 2012 wel ingevoerd in combinatie met (zware) bezuinigingen op cultuur (zie Box 2). Uit een eerste onderzoek blijkt dat de Geefwet voorlopig (nog) geen effect heeft gehad op giften aan cultuur – volgens de onderzoekers kan dit deels verklaard worden door het gelijktijdige besparingsbeleid vanuit de overheid.
- ▶ Het opzetten van een soort "**matchfunding**" instrument - waarbij culturele doelen die erin slagen private financiering aan te trekken bij particulieren of bedrijven, deze financiering "gematcht" krijgen met overheidsmiddelen - kan een interessant **mechanisme** zijn **om vanuit de overheid private investeringen in cultuur een positieve hefboom te geven**. Dit type instrument houdt een duidelijk gedeelde investering in cultuur in, tussen enerzijds particulieren of bedrijven en anderzijds de overheid. Het Canadese voorbeeld "Artsvest" (zie **Error! Reference source not found.**) is in dat opzicht een interessante inspiratiebron.

Neem barrières weg voor culturele actoren om giften in hun werking in te bouwen

- ▶ **Verkort de doorlooptijd van de aanvraagprocedure om erkend te worden**. Momenteel worden veel initiatieven - zeker kleine - afgeschrikt, die de procedure als te moeilijk beschouwen.
- ▶ **Deel de inzichten uit dit onderzoek** met de sector. Zorg dat de relevante intermediaire organen die een opdracht hebben voor het versterken van cultureel ondernemerschap en/of filantropie (Kunstenloket/nieuwe Cultuurloket, SCWITCH, steunpunten, KBS, Sociale Innovatiefabriek,...), zowel de informatie over de fiscaal-boekhoudkundige verwerkingen als de resultaten van de bevragingen over het geefgedrag in Vlaanderen binnen hun netwerk uitdragen, zodat de huidige kennishiaten hierrond kunnen weggewerkt worden.
- ▶ Ondersteun de sector in het verzamelen en **delen van goede praktijken en leerlessen** rond geven.
- ▶ Zet in op opleiding en begeleiding van culturele actoren om **de 'financiële geletterdheid' in de culturele sector verder te versterken**. Giften aantrekken is nooit een doel op zich en moet steeds beoordeeld worden in een bredere context van strategie en financiering van culturele actoren/projecten.

Heb voldoende oog voor de mogelijkheden en beperkingen voor kleinere culturele actoren

In deze studie¹⁸ kwam ook aan bod dat het **opzetten van een goede geefstrategie voor culturele actoren een zeer tijdsintensief traject** is. Vooral van zeer kleine culturele actoren vraagt dit een zeer grote inspanning in verhouding tot hun capaciteiten:

- ▶ **Als overheid** is het belangrijk **zich hiervan bewust te zijn** en de juiste verwachtingen te hebben m.b.t. de mogelijkheden van (zeer) kleine actoren om effectief een geefstrategie te ontwikkelen.
- ▶ Om specifiek bedrijfsmecenaat ook beter toegankelijk te maken voor kleine organisaties, zijn er verschillende opties voor de overheid om de 'last' zoveel mogelijk draaglijk te houden voor kleine organisaties. Mogelijke te verkennen opties zijn: 1) de overheid zet zelf een **fonds op i.s.m. bedrijven** (co-financiering) dat zich specifiek toelegt op giften aan kleinschalige culturele actoren, 2) de overheid **stimuleert bedrijven om een privaat fonds op te zetten** dat specifiek geeft aan (zeer) kleinschalige culturele actoren, 3) de overheid zet een soort **fondsenwervingscel** op die verantwoordelijkheid neemt om op zoek te gaan naar 'fondsen voor startende/kleine culturele actoren' en deze dan verder verdeelt binnen de doelgroep,...
- ▶ Zoals aangegeven in IDEA Consult (2015) is niets doen natuurlijk ook een te overwegen optie. De verwachtingen vanwege de overheid ten aanzien van kleinschalige culturele actoren dienen realistisch afgestemd te worden op de inspanningen die ze kan/wil doen om deze kleine actoren hierbij te ondersteunen.

Geef een positieve stimulans aan bedrijfsmecenaat

- ▶ Uit de studie komt naar voor dat voor **wat betreft het fiscale kader voor geven aan cultuur, de grootste hefboom ligt bij het optimaliseren van het fiscale kader voor bedrijfsmecenaat**. We raden dan ook aan om prioritaire inspanning te leveren voor de invoering van een **éénduidig duidelijk kader voor bedrijfsmecenaat** in België. De Franse mecenaatswet kan hierbij als inspiratie dienen (zie Box 3). Dergelijk kader is nodig om 1) de huidige rechtsonzekerheid die bestaat bij geven 'om niet' door rechtspersonen, weg te nemen, en 2) de discriminerende behandeling van giften in geld versus giften in natura in sommige situaties weg te nemen. Zoals bij het begin van dit hoofdstuk werd aangegeven, zijn we ons ervan bewust dat dit een federale materie is en hiervoor dus het gesprek zal moeten worden aangegaan met beleidsmakers op federaal niveau. Maar het feit dat een gelijkaardige vraag reeds lange tijd leeft langs Waalse kant, biedt mogelijkheden om de krachten te bundelen wat kan resulteren in een sterkere weging op de besluitvorming op federaal niveau.
- ▶ Stimuleer het bouwen van meer **bruggen tussen de culturele sector en het bedrijfsleven** via het opzetten/(co-)financieren van cross-sectorale netwerken/samenwerking.
- ▶ Nog een stap verder zou de oprichting van een orgaan zijn dat zich specifiek richt op het stimuleren van bedrijfsmecenaat, naar analogie met het Waalse Prométhéa (zie Box 1). Een belangrijke opdracht zou kunnen zijn om aan **matchmaking te doen tussen (groepen van) bedrijven en (groepen van) culturele actoren**, inclusief het zorgen voor voldoende peer-to-peer netwerking tussen bedrijven én het helpen bouwen van deze bruggen tussen de culturele sector en het bedrijfsleven.

Box 1: Prométhéa

Prométhéa promoot al meer dan 25 jaar bedrijfsmecenaat in België, met een specifieke focus op de ontwikkeling van bedrijfsmecenaat op het gebied van kunst, cultuur en patrimonium. Via haar activiteiten bevordert Prométhéa de uitwisseling tussen de verschillende actoren inzake mecenaat uit het politieke, economische en culturele milieu en ondersteunt ze bedrijven bij hun mecenaatstrategie. Hun doel is om het aantal gevers en de middelen daaruit afkomstig in België te verhogen.

¹⁸ Cfr. conclusies en aanbevelingen in IDEA Consult (2015), "Onderzoek naar de mogelijkheden van aanvullende financiering voor cultuur", studie in opdracht van Dept CJSM



Prométhéa werkt ook actief mee aan het verbeteren van het juridisch en fiscaal kader voor sponsoring en bedrijfsmecenaat in België.

Tot slot organiseert Prométhéa op regelmatige basis opleidingen voor culturele actoren rond bedrijfsmecenaat, de selectie van de juiste bedrijfsmecenasen, strategieën voor benadering.

Prométhéa financiert haar werking via financiële steun van de overheid (Franse Gemeenschap, Waals Gewest en Brussels Hoofdstedelijk Gewest) en aangesloten ondernemingen, partners en leden (in ongeveer 50%-50% verhouding).

Box 2: *Leerlessen uit de Geefwet in Nederland*

De **Geefwet**, die sinds 1 januari 2012 van kracht is, omvat een bundeling van fiscale maatregelen (extra belastingvoordelen) voor giften aan non-profitorganisaties die het schenken aan goede doelen aantrekkelijker moet maken en stimuleren:

- Voor goede doelenorganisaties betekent de Geefwet dat het makkelijker is om giften en schenkingen te ontvangen.
- Voor donateurs, zowel ondernemers als particulieren, houdt de komst van de Geefwet in dat het voortaan makkelijker is een financiële bijdrage te geven én daarmee te profiteren van fiscaal voordeel.
- Daarnaast biedt de Geefwet ook fiscale mogelijkheden voor vrijwilligers.

Daarnaast werd door de overheid een grootschalige publiekscampagne "Cultuur, daar geef je om" gestart.

Met de Geefwet wil de Nederlandse overheid gesubsidieerde instellingen minder afhankelijk laten zijn van gemeenschapsgeld. Ook wil de overheid met de Geefwet ondernemers meer betrekken bij non-profitorganisaties, en in het bijzonder culturele instellingen.

De Geefwet is bedoeld voor non-profitorganisaties die van de Nederlandse belastingdienst de status 'Algemeen Nut Beogende Instelling' (ANBI) hebben gekregen. Deze organisaties zijn voor het grootste deel van hun inkomsten afhankelijk van subsidies en giften van donateurs. Het is de bedoeling dat de fiscale maatregelen uit de Geefwet meer privaat geld laten vloeien naar de non-profitorganisaties, zodat deze in de toekomst minder afhankelijk zijn van de overheid. Een instelling kan alleen een ANBI zijn, als ze zich voor minstens 90% inzet voor het algemeen nut. Om aangewezen te worden als ANBI moet een instelling aan een aantal voorwaarden voldoen. Zie de website van de Nederlandse belastingdienst voor meer info over de criteria die daarvoor gehanteerd worden¹⁹.

Donateurs van een ANBI mogen hun giften aftrekken van de inkomsten- of vennootschapsbelasting. Om in aanmerking te komen voor de aftrek van periodieke giften, moeten de donateur en de ANBI de gift vastleggen in een overeenkomst. Bovendien geldt er een minimumbedrag (drempel) voor aftrekbare giften. De drempel voor giftenaftrek bedraagt 1% van het drempelinkomen met een minimum van €60. Wat boven dit drempelbedrag is geschonken aan goede doelen, mag als aftrekpost worden opgevoerd. Er geldt ook een maximum voor de belastingaftrek. Het totaal aan giften mag niet hoger zijn dan 10% van het 'drempelinkomen'. Meer informatie over het drempelinkomen is te vinden op de website van de Nederlandse Belastingdienst. <http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/privere relatie familie en gezondheid/schenken/giften aan goede doelen/voorwaarden gewone giften/drempel en maximum gewone giften>

Geven aan een Culturele ANBI²⁰

Vanaf 2012 kunnen ANBI's die een culturele instelling zijn, de status 'culturele ANBI krijgen'.²¹ Om als culturele ANBI aangemerkt te worden moet de instelling voor minstens 90% actief zijn op cultureel gebied. Culturele instellingen zijn instellingen die actief zijn in beeldende kunst, bouwkunst, erfgoed (musea, archieven, archeologie, monumentenzorg), dans, film, letteren, (pop)muziek, (muziek)theater of vormgeving. Hieronder

¹⁹http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/bijzondere_regelingen/goede_doelen/algemeen_nut_beogende_instellingen/aan_welke_voorwaarden_moet_een_anbi_voldoen/aan_welke_voorwaarden_moet_een_anbi_voldoen.

²⁰http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/bijzondere_regelingen/goede_doelen/algemeen_nut_beogende_instellingen/culturele_anbi/

²¹http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/bijzondere_regelingen/goede_doelen/algemeen_nut_beogende_instellingen/wat_is_een_anbi



vallen bijvoorbeeld theatergroepen, schouwburgen, bibliotheken, filmhuizen, (pop)podia, letteren-, pop- en filmfestivals, architectuurcentra.

Voor donateurs aan dergelijke culturele ANBI's voorziet de Geefwet een extra giftenaftrek (multiplier):

- Particulieren mogen in de aangifte inkomstenbelasting 1,25 keer het bedrag van de gift aftrekken (met een maximum van EUR 1.250).
- Ondernemingen die onder de vennootschapsbelasting vallen, mogen 1,5 keer het bedrag van de gift aftrekken in de aangifte vennootschapsbelasting.

De overheid wil hiermee specifiek giften aan cultuur stimuleren voor een periode van vijf jaar. De regeling geldt tot en met 2017.

De Geefwet maakt het zowel voor ondernemers als particulieren fiscaal aantrekkelijker om een financiële bijdrage te geven.

Waarde van dit instrument in de financiering van cultuuractoren?

Het geefgedrag van huishoudens en bedrijven in Nederland is ondanks de invoering van de multiplier niet toegenomen. Onder vermogende Nederlanders, die beduidend vaker geven aan cultuur dan niet-vermogende Nederlanders, is het geven aan cultuur weliswaar wat populairder geworden, maar het gemiddelde bedrag dat aan cultuur wordt gegeven is juist afgenomen. Bekkers, Mariani en Franssen (2015) merken op dat het moeilijk is om vast te stellen wat het zuivere effect is van de multiplier, omdat deze tegelijk is ingevoerd met bezuinigingen op cultuur. Een reactie van gevers op de bezuinigingen kan het effect van de multiplier versterken of juist dempen. Uit eerder onderzoek blijkt immers dat veranderingen in overheidssubsidies zeer uiteenlopende effecten op het geefgedrag kunnen hebben. Schattingen van deze effecten in de wetenschappelijke literatuur variëren tussen sterk positief en sterk negatief.

Bronnen

- Bekkers, R., Mariani E. en Franssen S., 2015, "Special: De Multiplier in de geefwet en het geven aan cultuur".
- Bekkers R. en Franssen S., 2016, "Culturele instellingen in Nederland: veranderingen in geefgedrag, giften, fondsenwerving en inkomsten tussen 2011 en 2014."
- <http://www.goededoelen.nl/geefwet>
- http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/bijzondere_regeling_en/goede_doelen/algemeen_nut_beogende_instellingen/wat_is_een_anbi
- <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2011-641.html>
- Informatieblad Ministerie van Financiën, November 2011
<http://www.singerlaren.nl/documents/10736/11710/informatieblad-geefwet-nov-2011-1-.pdf/3d6062f8-83ed-4c02-bddc-7aa705e4b1ff>
- <https://fci14.wordpress.com/>

Box 3: Franse wet voor bedrijfsmecenaat - Loi Aillagon

In 2003 werd een nieuwe wet voor bedrijfsmecenaat ingevoerd, de zogenaamde "Loi Aillagon"²². De belangrijkste verdienste van deze wetgeving is dat zij een duidelijk en transparant fiscaal kader creëert voor bedrijfsmecenaat. Mevrouw Donatienne De San van Prométhéa (cfr. Box 1) heeft voor ons de voordelen van deze wetgeving op een rijtjegezet:

- **De tegenstrijdigheid tussen "geven om niet" en de winstdoelstelling van een bedrijf met winstoogmerk wordt opgelost.** De Franse wetgeving laat toe dat het culturele doel een tegenprestatie

²² Zie ook: <http://www.admical.org/contenu/cadre-juridique-et-fiscal-mecenat-entreprise>



geeft maar dat er een duidelijke disproportie is tussen de gift en de tegenprestatie. Dit houdt in dat het culturele doel een tegenprestatie mag leveren van maximum 25% van de waarde van de gift door het bedrijf;

- **Geen belastingaftrek, maar een belastingvermindering.** De Franse wet geeft een fiscaal voordeel voor bedrijfsmecenaat in de vorm van een belastingvermindering van 60% van de waarde van de gift, tot een maximum van 0.5% van de omzet voor belastingen. Deze belastingvermindering biedt meer zekerheid voor bedrijven dan een belastingaftrek. De voordelen van een belastingaftrek blijven immers steeds afhankelijk van de belastingaanslagvoet.
- **Giften in natura inbegrepen.** Ook giften in natura door bedrijven geven recht op een belastingvermindering. Voor bedrijven wordt het dus voordeliger gemaakt om ook goederen of diensten te geven aan goede doelen.
- **Geen speciale erkenningsprocedure voor goede doelen om recht op belastingvermindering te kunnen geven aan gevers:** als je in Frankrijk geregistreerd en erkend wordt als non-profit organisatie, kom je automatisch in aanmerking om fiscale attesten voor belastingvermindering uit te schrijven. **De non-profit organisaties bepalen zelf of ze aan de voorwaarden voldoen voor erkenning** (algemeen nut beogen en actief in Frankrijk) – bij controles door de fiscale administratie achteraf zullen de organisaties beboet worden als blijkt dat ze toch niet aan de voorwaarden voldeden. Hierbij kan steeds ook op voorhand advies aan de fiscale administratie gevraagd worden. Hierbij merken we wel op dat de voorwaarden om als non-profit organisatie actief te worden in Frankrijk strenger zijn dan in België.
- **Belastingvermindering kan tot 5 jaar overgedragen worden:** daar waar in België de belastingaftrek van giften niet kan overgedragen worden als er geen belastbare winst is in het jaar dat de gift wordt gedaan, kan in Frankrijk de belastingvermindering voor de gift nog tot 5 jaar overgedragen worden.

Resultaten

Tussen 2003 en 2013 is het bedrijfsmecenaat vermenigvuldigd met factor 7,5. In 2012 hebben bedrijven 1,14 miljard euro gegeven via bedrijfsmecenaat. Volgens een enquête door Admical/CSA zou 26% van dit bedrijfsmecenaat naar cultuur gaan.

Bronnen

- Interview met Donatienne De San, Prométhéa, 6 maart 2017
- http://www.admical.org/sites/default/files/uploads/basedocu/barometre_admical_csa_2016_vdef.pdf
- https://www.lesechos.fr/05/11/2013/LesEchos/21557-081-ECH_en-dix-ans--le-mecenas-s-est-installe-dans-les-entreprises.htm
- http://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/DP_timbre_mecenas-2.pdf

Box 4: Canada: artsVest

Business for the Arts

artsVest is een onderdeel van het "Business for the Arts" programma in Canada. Business for the Arts – opgericht in 1974 - is een nationale vereniging van bedrijven die de kunsten ondersteunen door het faciliteren van verbindingen tussen de privé-, publieke en culturele sector. De doelstelling van Business for the Arts is om de wereld te inspireren om partnerschappen op te zetten met de kunsten, om via deze weg voor een bloeiende culturele sector te zorgen. Hiervoor zet Business for the Arts verschillende programma's op:

- *Artscene en Boardlink*, waarbij kunstorganisaties in contact worden gebracht met bedrijfsmecenassen en vrijwilligers;
- *Artsvest*, waarbij investeringen in kunst worden gestimuleerd door matchfunding en sponsorship training voor kunstorganisaties;
- *Canadian Arts & Business Awards*, waarbij kunstorganisaties de kans krijgen om hun beste bedrijfspartners in de bloemetjes te zetten.

artsVest

artsVest wordt gefinancierd door federale en provinciale en / of gemeentelijke overheden. Het programma richt zich rechtstreeks tot kleine en middelgrote kunstinstellingen. Het doel van artsVest is om duurzame partnerschappen tussen kunstorganisaties en bedrijven te bouwen en sponsormogelijkheden voor kunstorganisaties in gang te zetten.



Als extra stimulans kunnen artsVest deelnemers matchfunding aanvragen: voor iedere dollar die ze ophalen via sponsoring, zal Business for the Arts een dollar bijleggen.

Concreet biedt artsVest volgende instrumenten aan aan kunstorganisaties (in een programmawerking van 1 jaar):

- **Training** om kunstorganisaties te begeleiden in hun zoektocht naar sponsoring;
- **Matchfunding:** als een kunstorganisatie erin slaagt om sponsorgeld binnen te halen tijdens de cyclus van het artsVest programma, zal artsVest dit sponsorgeld matchen. De hoogte van de matchfunding is afhankelijk van het type sponsor:

Sponsor categorie	Criteria	Matchfunding in geld	Matchfunding in natura
A – De nieuwe sponsor	Het bedrijf heeft de kunst- of erfgoed organisatie nog nooit gesponsord.	100%	50%
B – De meerjaarlijkse sponsor	Een bedrijf tekent een overeenkomst van meer dan 3 jaar om de organisatie te sponsoren. ArtsVest matcht het eerste jaar.	100% van het eerste jaar	50% van het eerste jaar
C – De “stijgende” sponsor	Het bedrijf heeft de organisatie in de laatste 3 jaar al gesponsord. ArtsVest zal de stijging in sponsorgelden matchen.	100% van de stijging	50% van de stijging
D – De terugkerende sponsor	Het bedrijf heeft de organisatie niet meer gesponsord in de laatste 3 jaar.	75%	25%

Resultaten

Sinds de start van het artsVest programma in 2002, werden in totaal 3.220 samenwerkingsverbanden opgezet tussen de culturele sector en het bedrijfsleven, waarvan 1.875 langdurige partnerships en 2.172 nieuwe partnerships. 924 kunst- en culturele organisaties hebben de artsVest opleidingen gevolgd en matchfunding van artsVest gekregen. Een totaal van \$ 5.440.000 in “matching funds” genereerde meer dan \$ 13.510.000 sponsoring vanuit de privésector voor een totale investeringsimpact van meer dan \$ 18.950.000 voor de Canadese culturele economie.

Bronnen

- <http://www.businessforthearts.org/about-us/>
- <http://www.artsvest.com/about/how-artsvest-works/>
- <http://www.artsvest.com/about/how-matching-funds-are-distributed/>
- <http://www.artsvest.com/results/>
- Focusgroep met bedrijven, 16/02/2017 (zie Bijlage 3/)

Naast de aanbevelingen aan de overheid ter versterking van het geefbeleid in Vlaanderen voor cultuur, lijsten we ook nog een reeks van **aanbevelingen op voor culturele actoren**, om het geven in hun eigen organisatie/project (verder) te stimuleren:

- ▶ **Stel de vraag om te geven:** onder het motto ‘onbekend is onbemind’ en ‘nee heb je, ja kan je krijgen’ is het aangewezen om de vraag te durven stellen om het eigen goede doel te ondersteunen. Plaats deze steunvraag prominent op de website (op de startpagina!) en voeg er een wervend verhaal aan toe. Speel hierbij in op de geefmotieven die verschillend kunnen zijn tussen burgers en bedrijven en die ook kunnen verschillen naargelang het geefthema. Een goede kennis over wat gevers belangrijk vinden en hierop inspelen is hierbij zeer belangrijk.



- ▶ **Voorzie meer kanalen om (laagdrempelig) te geven.** dit kan gedaan worden door geefknoppen te voorzien op de website of door een relatief beperkt bedrag te vragen aan een zo ruim mogelijke groep van potentiële donateurs. Ook het voorzien van incentives in ruil voor een gift zijn heel gebruikelijk. Doe inspiratie op rond geefmanieren bij andere goede doelen die ook gevers aanspreken. Het delen van practices via koepelorganisaties helpen om inspirerende geefmanieren uit te proberen.
- ▶ **Communiceer (beter) over wat er met de ontvangen middelen gedaan wordt.** de gift ontstaat vanuit een betrokkenheid en sympathie voor een bepaald goed doel. Deze betrokkenheid moet ook na de gift worden in stand gehouden. Bovendien zorgt communicatie voor transparantie en geeft het inzicht in wat er met de giften gedaan werd zodat het vertrouwen in een goede besteding van de middelen toeneemt. Het verhoogt ook de betrokkenheid om zodoende een lange termijn relatie met de gever op te bouwen. Denk niet enkel op het moment dat een gift nodig is aan je gever/'supporter', maar laat ook op andere momenten van je horen. Het verbeteren van de communicatie over wat er met de middelen gebeurt, wordt door de gevers aan culturele goede doelen zelfs als belangrijkste suggestie gegeven opdat ze meer aan culturele goede doelen zouden geven.
- ▶ **Omschrijf projecten duidelijk, visualiseer waar mogelijk.** hoe concreter een project beschreven, hoe meer kans op succes. Een duidelijke omschrijving maken vergt enige tijd, maar is uitermate belangrijk om snel een klik te creëren met een potentiële gever.
- ▶ **Zorg voor fiscale aftrekbaarheid van giften.** hoewel we eerder zagen dat fiscale aftrekbaarheid geen voldoende reden is om iets aan een goed doel te schenken, is het toch belangrijk om dit waar mogelijk te voorzien, zeker ook omdat dit het geefbedrag mee kan bepalen.
- ▶ **Segmenteer en experimenteer.** ieder geefpubliek is verschillend en gevoelig voor andere geefmotieven. Test nieuwe of originele benaderingen (andere geefvormen, intensieve vs normale communicatie, incentives, ...) en ervaar of de extra inspanningen het waard zijn. Test wat wel en wat niet werkt. Zorg voor voldoende alternatieven om de verschillende segmenten bij je gevers aan te spreken (oud en jong, hoog- en laaggeschoold, ...).
- ▶ **Straal passie uit en vind gevers met dezelfde passie / emotionele betrokkenheid.** bereid je heel goed voor, weet heel goed wie aan andere kant van de tafel zit indien bedrijven benaderd worden, probeer zoveel mogelijk te weten te komen over zijn of haar persoonlijke achtergrond, passies, ... Speel in op deze gevoeligheden. Onvoorbereid naar potentiële gevers stappen (bvb. bedrijven) is sterk af te raden. Fundraising is een tijdsintensief proces dat net als de rest van de werking professioneel moet benaderd worden en dat structureel moet worden ingebed doorheen de ganse organisatie.
- ▶ **Iedere medewerker is fundraiser en iedere gever is potentiële fundraiser.** Alle kansen die zich aanbieden om personen of bedrijven te verbinden aan je goed doel moeten gegrepen worden waarbij alle medewerkers alert moeten zijn voor opportuniteiten en waarbij de passie van het goed doel moet verkocht worden. Daarnaast is het ook zaak om met de gevers een dichte betrokkenheid te ontwikkelen waardoor zij op hun beurt hun netwerk gaan aanspreken om andere gevers te connecteren met het goede doel (friendraising). Zorg voor mede-eigenaarschap om mee te helpen om impact te hebben.
- ▶ **Hou rekening met de totale kostprijs van fundraising campagnes:** op het eerste zicht goedkope fondsenwervingsmanieren zoals crowdfunding vergen vaak heel wat tijdsinvesteringen om het levendig te houden en de opgehaalde bedragen zijn niet altijd heel hoog (of bereiken niet het vooropgezette bedrag). Onderzoek ook zeker of andere financieringskanalen niet kostenefficiënter zijn (bv. bankleningen, microfinanciering).
- ▶ **Aanpak richting bedrijven en burgers is verschillend:** motieven om te geven aan goede doelen zijn deels dezelfde maar ook deels verschillend naargelang je bedrijven dan wel burgers wil bereiken. Wees hiervan bewust en zorg voor een fundraisingaanpak op maat van elk.
- ▶ **Exclusiviteitsgevoel.** vooral richting bedrijven is het belangrijk om een exclusiviteitsgevoel en uniciteit te verbinden aan de gift. Bedrijven zijn er immers gevoelig aan om aan hun klanten unieke en exclusieve voordelen te kunnen geven (bvb. aanwezigheid op een hoogwaardige tentoonstelling of voorstelling), gekoppeld aan voor hen waardevolle netwerking.
- ▶ **Niet vies zijn om te ondernemen.** het is niet fout om aan je goede doel een businessmodel te koppelen door bijvoorbeeld nieuwe inkomsten te ontwikkelen door bepaalde ruimtes ter beschikking te stellen voor bedrijven of verenigingen. Deze extra inkomstenstroom kan helpen om een rijker en gevarieerder cultureel aanbod te kunnen aanbieden aan het (primaire) doelpubliek.



- ▶ **Vragen aan bedrijven is maatwerk:** vragen om giften vanuit de culturele sector aan het bedrijfsleven zijn "maatwerk" voor elk bedrijf of voor elke bedrijfsleider om de betrokkenheid zo hoog mogelijk te maken. Voor ontvangers uit het culturele veld is het van belang om ook de juiste personen op de juiste manier binnen het bedrijf te benaderen. Om de raakvlakken tussen de culturele wereld en de bedrijfswereld te vergroten, is het bij de vraagstelling ook van belang om meer aansluiting te vinden bij taalgebruik uit het bedrijfsleven.
- ▶ **Impact aantonen:** Bedrijven-gevers zijn op zoek naar manieren om impact in/op de samenleving te realiseren. Culturele projecten of organisaties die kunnen aantonen dat ze een bepaalde impact hebben, kunnen op basis van deze verwachte impact gemakkelijker giften vragen aan bedrijven.



1/ Bijlage 1: Vragenlijst online bevraging Vlaamse burgers

Geefgedrag voor culturele goede doelen

* **1. Wat is uw leeftijd?**

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 65 en meer

* **2. Bent u**

- Man
- Vrouw
- Geslacht X

* **3. In welke provincie woont u?**

- West-Vlaanderen
- Oost-Vlaanderen
- Antwerpen
- Limburg
- Vlaams Brabant
- Brussel
- Geen van bovenstaande



*

4. Wat is het hoogste diploma dat uzelf of uw partner (indien samenwonend) heeft behaald?

- Basisonderwijs
- Secundair onderwijs
- Bachelor of opleiding korte type
- Master of opleiding lange type
- Doctoraat

*

5. Wonen er kinderen in het huishouden?

- Ja
- Nee

*

6. Wat is uw burgerlijke staat?

- Alleenstaand
- Ongehuwd samenwonend
- Ongehuwd, wel een partner, maar niet samenwonend
- Gehuwd
- Gescheiden
- Weduwe of weduwnaar
- Overig, gelieve te specificeren
.....

*

7. In welke mate vindt u dat jullie huishouden comfortabel kan leven met jullie huidig gezinsinkomen?

1 We kunnen zeer moeilijk rondkomen	2	3	4	5	6	7 We kunnen zeer comfortabel leven	Hier antwoord ik liever niet op
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Wij willen u een aantal vragen stellen over geven in Vlaanderen.

Daarover is in Vlaanderen weinig bekend. Onder geven verstaan we in dit onderzoek vrijwillige giften in geld of goederen door een individu tijdens het leven aan een goed doel. Je verwacht hierbij geen tegenprestatie van deze begunstigde. Als u echter een kleine compensatie krijgt die veel minder waard is dan de gift (vb. sticker, gadget, ...), beschouwen we dit ook als een gift.

Het volgende beschouwen we in dit onderzoek NIET als geven:

- Schenkingen na overlijden, in een testament (legaten)
- Sponsoring
- Vrijwilligerswerk

Het goed doel waaraan men kan geven kan heel divers zijn. We denken hierbij bijvoorbeeld aan:

- Humanitaire acties na natuurrampen
- Onderzoeksinstituten (vb. kankeronderzoek, Alzheimer-onderzoek)
- Sociale initiatieven en organisaties (minderbedeelden, gehandicapten, ...)
- Maatschappelijke verenigingen allerhande (vb. jeugdverenigingen, vrouwenbewegingen, ...) ...

Giften aan individuele personen kunnen eveneens een goed doel zijn indien men bv. kunstenaars of hulpbehoevenden steunt met geld of goederen.

Geven aan familie of vrienden (vb. bij erfenissen of bouwplannen) beschouwen we NIET als geven aan goede doelen.

De vragen over het geven gaan over alle giften die door uw gehele huishouden gedaan zijn. Dit zijn dus de giften die u zelf gedaan heeft, maar ook de giften die eventuele andere leden van uw huishouden hebben gedaan.

*

8. Gaf uw huishouden in de laatste 3 jaren iets aan goede doelen?

Goede doelen kunnen breed gaan: het is bijvoorbeeld niet enkel iets geven aan hulpbehoevenden (armen, natuurrampen, gezinnen in nood, gehandicapten, ...), maar ook steun aan verenigingen, theaters of musea beschouwen we als een goed doel. Er zijn veel manieren om te geven aan goede doelen: via een vaste gift, geldinzameling in het kader van een actie, goederen doneren, geven via een crowdfunding platform, schenking via een notaris, ...

- Ja
- Nee



*

9. Wij geven aan goede doelen omwille van volgende redenen:

	Helemaal mee oneens	Eerder oneens	Niet oneens, maar ook niet mee eens	Eerder eens	Helemaal mee eens	Geen mening
Meehelpen aan het veranderen van de wereld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iets terugdoen voor de maatschappij	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Delen van wat we genoeg hebben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gevraagd worden om iets te geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anderen tonen dat we een bepaald goed doel steunen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een goed gevoel krijgen van geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een goed gevoel hebben bij het goede doel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De specifieke werking van een goed doel ondersteunen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiscale aftrekmogelijkheden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



*

10. Als wij iets geven aan goede doelen, gaat onze voorkeur uit naar een initiatief dat...:Positie 3 betekent dat jullie geen voorkeur hebben voor één van beide.

Kleinschalig is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Grootschalig is
1 duidelijk project steunt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Een hele organisatie steunt
Dicht bij huis actief is	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ver van mij actief is
Goederen en kennis vraagt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Geld vraagt



* **11. Als wij iets aan goede doelen geven, dan is dat meestal**

- op eigen initiatief (vb. via vaste gift, schenking bij notaris, goederen schenken, ...)
- omdat een goed doel het mij vraagt (vb. bij natuurramp, campagne, aan supermarkt, ...)
- evenveel op eigen initiatief als op vraag van een goed doel

* **12. Rond welke thema's geeft uw huishouden gewoonlijk geld of goederen aan goede doelen?**

	Ja	Nee
Gezondheid en medisch onderzoek (vb. kanker, MS, muco, Alzheimer, SOA's, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunst en erfgoed (vb. toneel-, muziek- en dansgezelschappen, musea, schouwburgen, Vrienden van ... , ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociaal-cultureel werk (sociaal-culturele verenigingen, amateurkunsten, jeugdverenigingen, lokale cultuurhuizen, heemkundige kringen, participatie kansengroepen, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mensen met een handicap (vb. blinden en slechthorenden, doven en slechthorenden, mentale handicaps, fysieke handicaps, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hulp aan minderbedeelden en minderheden (vb. huisvesting, maaltijden en voedselbanken, rechten van minderheden, racismebestrijding, kinderrechten, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Humanitaire acties en steun aan arme landen (vb. rechten boeren, natuurrampen, gezondheid in derde wereld, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tewerkstelling en sociale economie (vb. kringwinkels, sociale werkplaatsen, maatwerkbedrijven, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toegang tot onderwijs voor iedereen (vb. scholen, onderwijs voor zieke kinderen, kwetsbare groepen, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Milieubescherming en duurzame ontwikkeling (vb. natuurverenigingen, dierenopvangcentra, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sport en recreatie (vb. lokale sportverenigingen, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



* **13. Wat is - bij benadering - het totaalbedrag dat uw huishouden in 2016 gaf aan alle goede doelen samen?**

Zowel geld als de waarde van gegeven goederen mag u hierbij meetellen.

- Dat kan ik moeilijk inschatten
- Dat wil ik liever niet zeggen
- Volgend bedrag in €:
.....

* **14. We begrijpen dat u niet precies meer weet hoeveel u aan goede doelen gaf. Dat is niet erg. Kunt u een ruwe schatting geven in welke categorie het bedrag valt?**

Zowel geld als de waarde van gegeven goederen mag u hierbij meetellen

- Minder dan €10
- €11 tot €20
- €21 tot €40
- €41 tot €100
- €101 tot €200
- €201 tot €500
- €501 tot €2.000
- €2.001 tot €5.000
- Meer dan €5.000
- Ik kan het nog steeds niet inschatten

* **15. Hoe vaak geeft uw huishouden iets aan goede doelen?**

<<
vrijwel nooit

<

>

>>
vrijwel altijd



*

16. Trok u op uw laatste belastingaangifte giften af van uw belastingen?

- Ja
- Nee
- Dat weet ik niet

*

17. Waarom trok u in uw laatste aangifte geen giften af van uw belastingen?

- Ik ken de regeling niet (voldoende)
- Ik deed geen gift die in aanmerking kwam voor belastingsaftrek (vb. geldinzameling op straat, niet-erkende instelling, ...)
- Ik haalde voor geen van mijn giften aan erkende instellingen de drempel van 40 euro
- Ik vind het niet nodig om dit in te brengen in mijn aangifte
- Andere reden:
.....

18. Zou u nog evenveel geven aan goede doelen als er geen belastingsaftrek zou zijn?

- Ja
- Nee

We gaan u nu enkele vragen stellen over uw giften aan culturele goede doelen. Gelieve dus enkel rekening te houden met uw giften aan culturele goede doelen (vb. sociaal-cultureel werk, podiumkunsten, musea, muzikanten, beeldende kunsten, ...)



*

19. Aan welke culturele goede doelen geeft uw huishouden gewoonlijk geld of goederen? U kan meerdere antwoorden selecteren.

- Sociaal-cultureel werk (sociaal-culturele verenigingen, amateurkunsten, jeugdverenigingen, lokale cultuurhuizen, heemkundige kringen, participatie kansengroepen, ...)
- Erfgoed, archieven, musea, kunstgalerijen
- Podiumkunsten (theater, dans, opera, musical, muziektheater, circus, cabaret, komedie, ...)
- Muziek (alle genres, klassiek, pop, rock, hiphop, world, jazz, ...)
- Beeldende kunst (schilderen, sculpturen, fotografie, tekenen, performance, graveren, ...)
- Audiovisuele sector en multimedia (film, video, gaming, ...)
- Literatuur (alle genres)
- Design (mode, voorwerpen, grafisch, industrieel, meubels, juwelen, licht, ...) & architectuur
- Overig, gelieve te specificeren
.....

*

20. Als wij iets aan culturele goede doelen geven, dan is dat meestal

- op eigen initiatief
- omdat een cultureel goed doel het mij vraagt
- evenveel op eigen initiatief als op vraag van het cultureel goed doel

*

21. Wat is -bij benadering- het totaalbedrag dat uw huishouden in 2016 aan culturele goede doelen gaf? Zowel giften van geld als goederen kunnen meegenomen worden

- Dat kan ik moeilijk inschatten
- Dat wil ik liever niet zeggen
- Volgend bedrag in €:
.....



* **22. We begrijpen dat u niet precies meer weet hoeveel u aan culturele goede doelen heeft gegeven. Dat is niet erg. Kunt u een ruwe schatting geven in welke categorie het bedrag valt? Zowel geld als de waarde van gegeven goederen mag u hierbij meetellen.**

- Minder dan €10
- €11 tot €20
- €21 tot €40
- €41 tot €100
- €101 tot €200
- €201 tot €500
- €501 tot €2.000
- €2.001 tot €5.000
- Meer dan €5.000
- Ik kan het nog steeds niet inschatten

* **23. Kan u de culturele goede doelen waaraan jullie een bedrag gaven in 2016 rangschikken van belangrijk naar minder belangrijk? 1 = grootst gegeven bedrag; 2= 2e belangrijkste gegeven bedrag; enzovoort...Indien u maar 1 antwoordmogelijkheid ziet, klikt u gewoon op deze ene antwoordmogelijkheid.**

Sociaal-cultureel werk (sociaal-culturele verenigingen, amateurkunsten, jeugdbewegingen, lokale cultuurhuizen, heemkundige kringen, participatie kansengroepen, ...)
--

Erfgoed, archieven, musea, kunstgalerijen

Podiumkunsten (theater, dans, opera, musical, muziektheater, circus, cabaret, komedie, ...)

Muziek (alle genres, klassiek, pop, rock, hiphop, world, jazz, ...)

Beeldende kunst (schilderen, sculpturen, fotografie, tekenen, performance, graveren, ...)

Audiovisuele sector en multimedia (film, video, gaming, ...)
--

Literatuur (alle genres)

Design (mode, voorwerpen, grafisch, industrieel, meubels, juwelen, licht, ...) & architectuur

Overig



* **24. Denkt u om in 2017 meer of minder te geven aan culturele goede doelen dan u gedaan heeft in 2016?**

- Meer
- Evenveel
- Minder

* **25. Hoe vaak geeft uw huishouden iets aan culturele goede doelen?**

<<
Vrijwel nooit

<

>

>>
Vrijwel altijd

* **26. In welke mate bent u akkoord met de volgende redenen waarom u voor culturele goede doelen koos?**

	Helemaal niet akkoord	Eerder niet akkoord	Neutraal	Eerder wel akkoord	Helemaal akkoord	Geen mening
Het culturele goede doel staat dicht bij mij (in mijn buurt, interesse, iemand kennen binnen de organisatie, ...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cultuur stimuleert creativiteit in de samenleving	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cultuur brengt mensen samen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De overheid geeft te weinig steun aan cultuur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik werd aangesproken door een overtuigende oproep om te geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



*

27. Wat moet er volgens u verbeteren opdat uw huishouden in de toekomst meer culturele goede doelen zou steunen? De culturele sector moet...

	Ja	Nee	Geen mening
Meer de vraag stellen om te geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meer manieren aanbieden om (laagdrempelig) te geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beter communiceren over hoe de gift besteed werd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beter inspelen op de fiscale aftrekbaarheid van giften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Efficiënter haar giften besteden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



*

28. In welke mate spelen volgende redenen mee waarom jullie gewoonlijk wel aan goede doelen geven, maar niet aan culturele goede doelen.

	Helemaal niet	Nauwelijks	In redelijke mate	In hoge mate	In zeer hoge mate	Geen mening
Cultuur interesseert ons weinig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steun aan de cultuursector moet van de overheid komen, niet van burgers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen hebben meer maatschappelijk nut dan culturele goede doelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen hebben grotere noden dan culturele goede doelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen stellen ons vaker de vraag om te geven dan culturele goede doelen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen spelen beter in op de fiscale aftrekmogelijkheden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen bieden meer manieren aan om (laagdrempelig) te geven	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen besteden hun giften beter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere goede doelen communiceren beter over (de resultaten van) hun geefacties	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



*

29. In welke mate spelen volgende redenen mee waarom u in de laatste 3 jaren geen goede doelen steunde of kon steunen?

	Helemaal niet	Nauwelijks	In redelijke mate	In hoge mate	In zeer hoge mate	Geen mening
Ik had er de middelen niet voor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik gaf ooit eens iets, maar kreeg nooit een dankwoord of feedback	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steunen van goede doelen is een taak van de overheid, wij leveren via belastingen al voldoende bijdrages aan de gemeenschap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geld geven aan goede doelen heeft geen zin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veel goede doelen leveren geen goed werk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Goede doelen besteden te veel geld aan fondsenwerving en hun interne organisatie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Overig, gelieve te specificeren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*

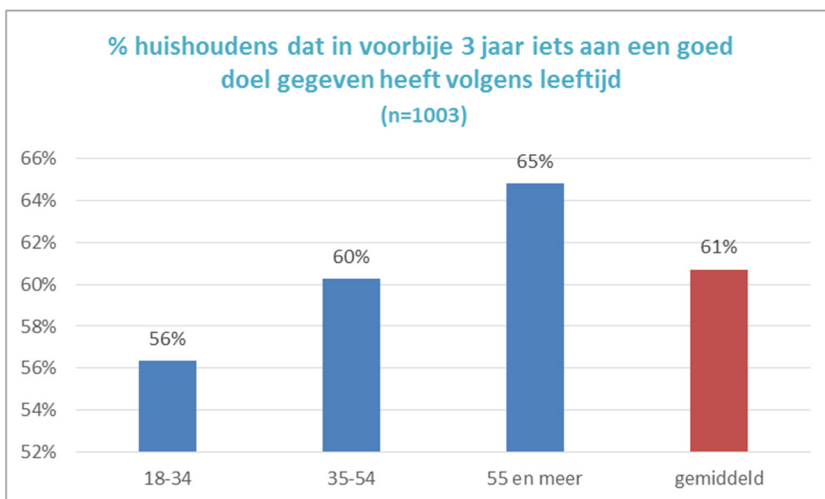
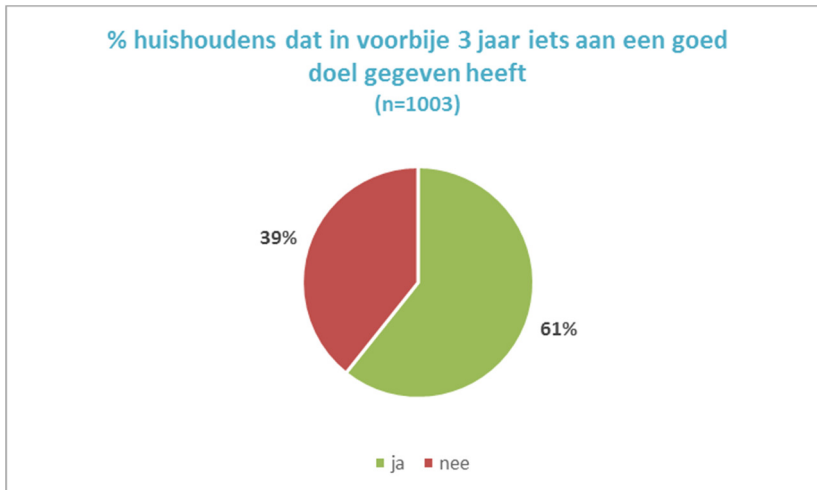
30. Zou u wel of meer geven aan goede doelen indien het fiscaal voordeliger is en/of het systeem van fiscale aftrek duidelijker zou zijn?

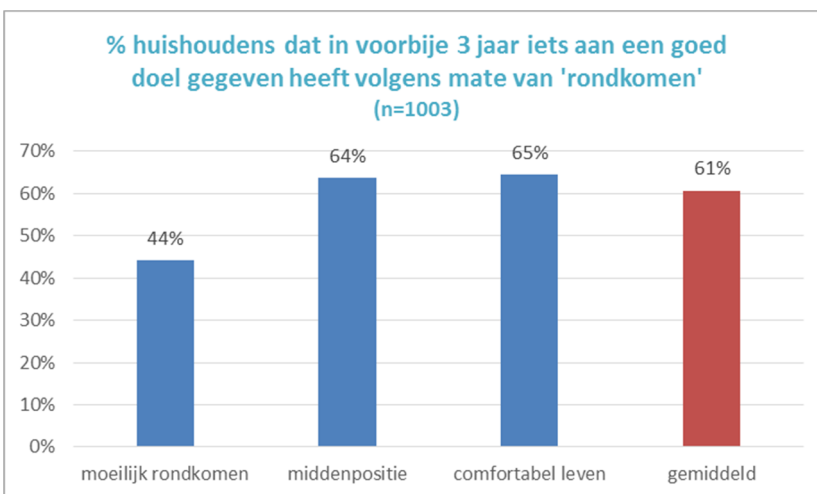
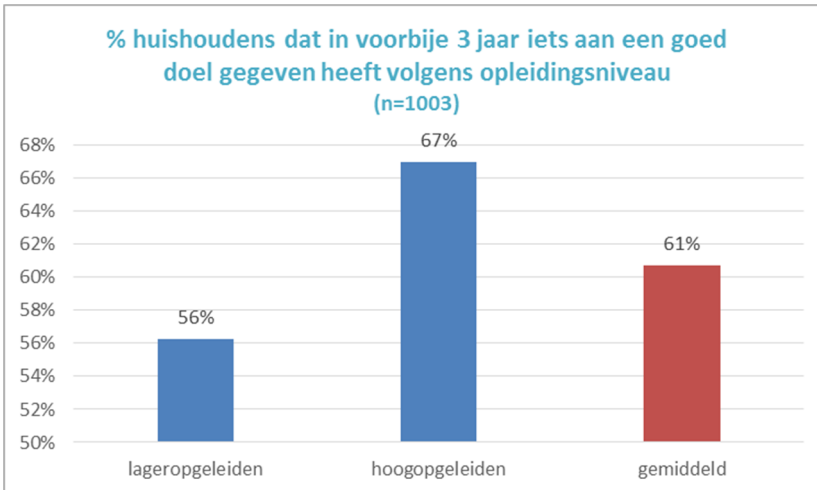
- Ja
- Nee



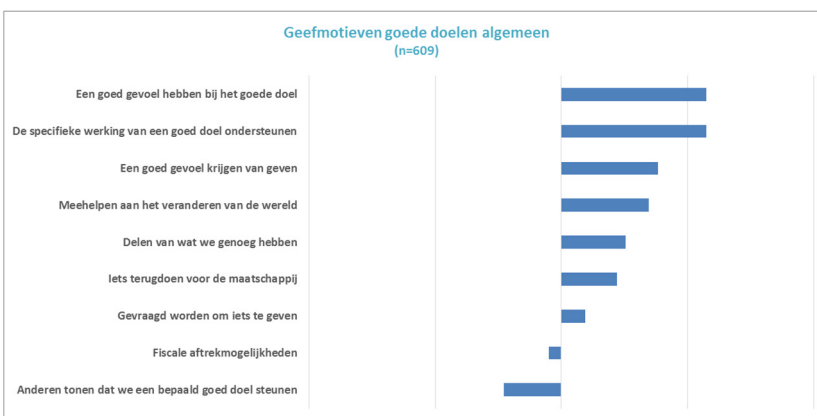
2/ Bijlage 2: Resultaten online bevraging Vlaamse burgers

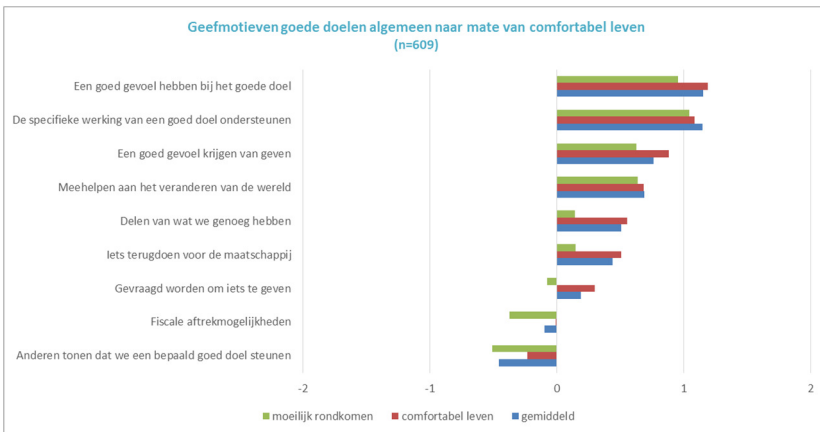
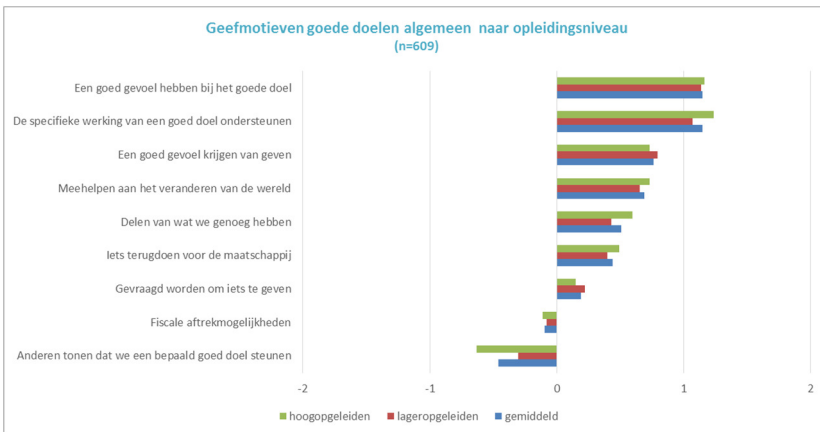
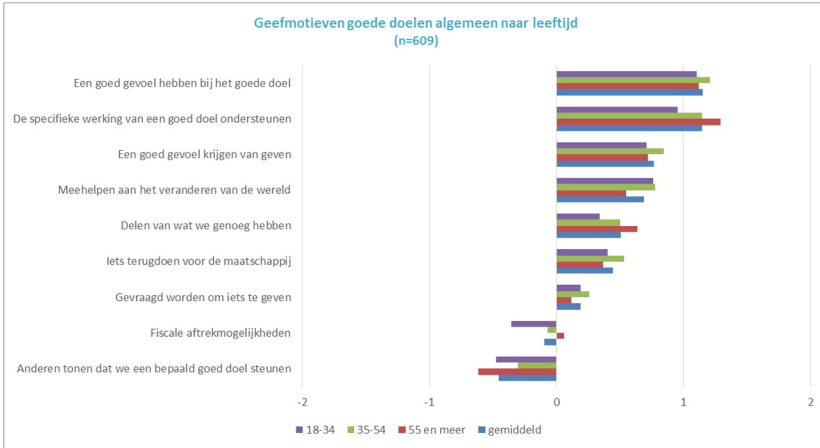
Vraag 1: Gaf uw huishouden in de laatste 3 jaren iets aan goede doelen?





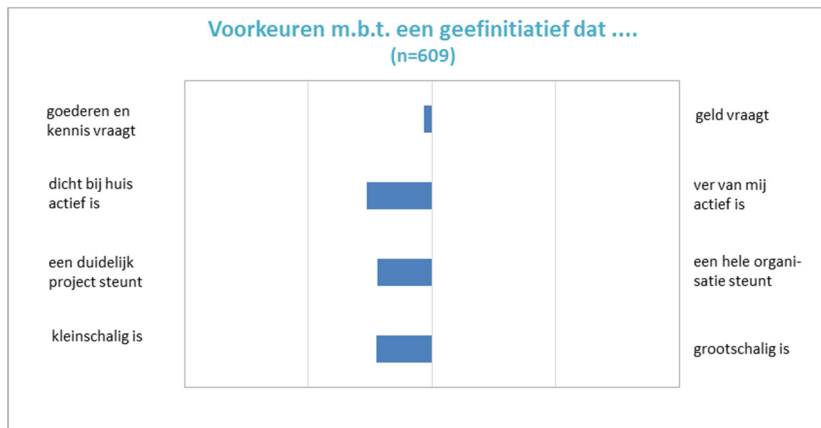
Vraag 2: Wij geven aan goede doelen omwille van volgende redenen



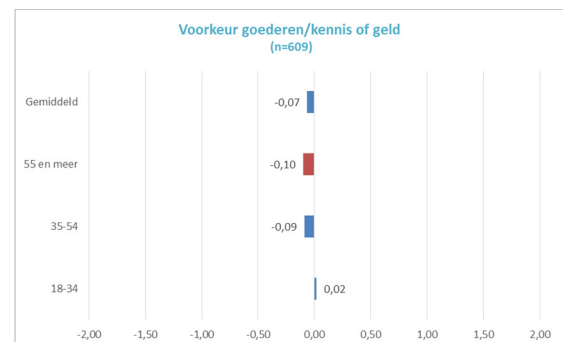
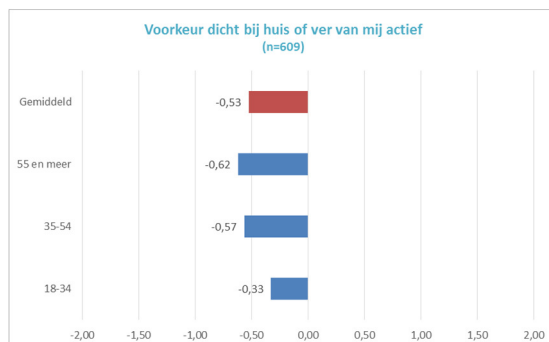
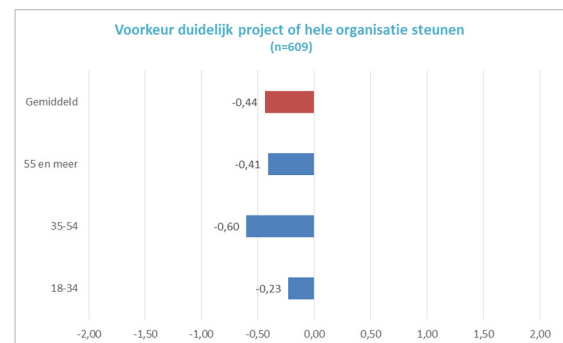
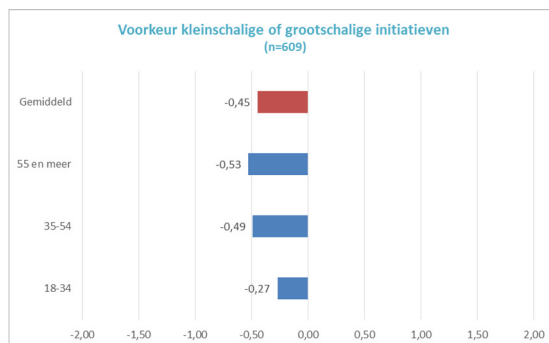




Vraag 3: Als wij iets geven aan goede doelen, gaat onze voorkeur uit naar een initiatief dat...

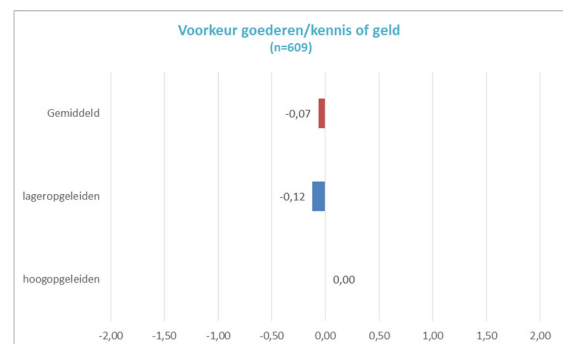
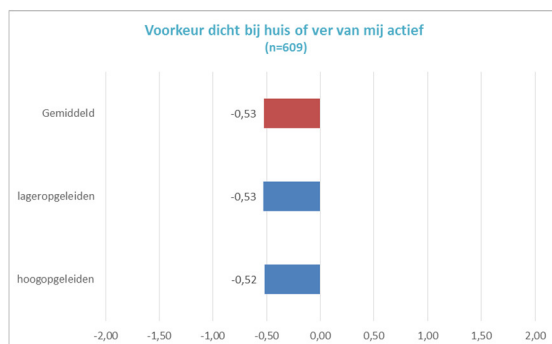
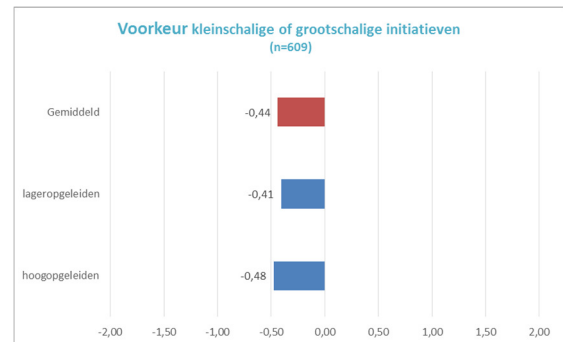
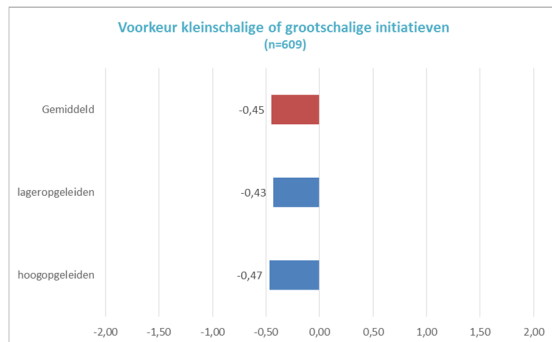


→ Naar leeftijd

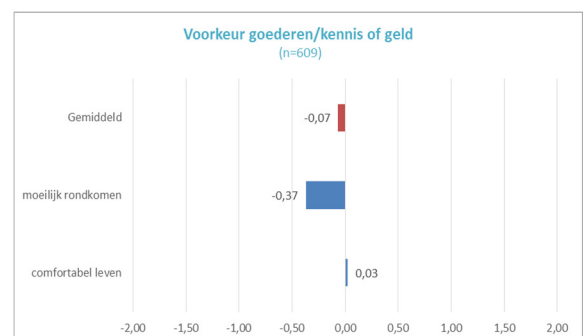
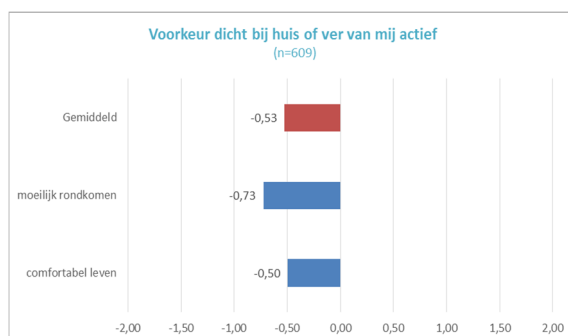
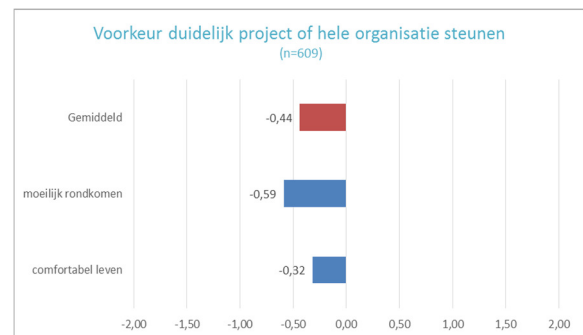
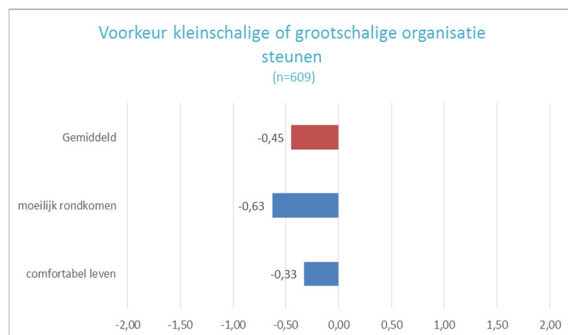




→ Naar opleidingsniveau

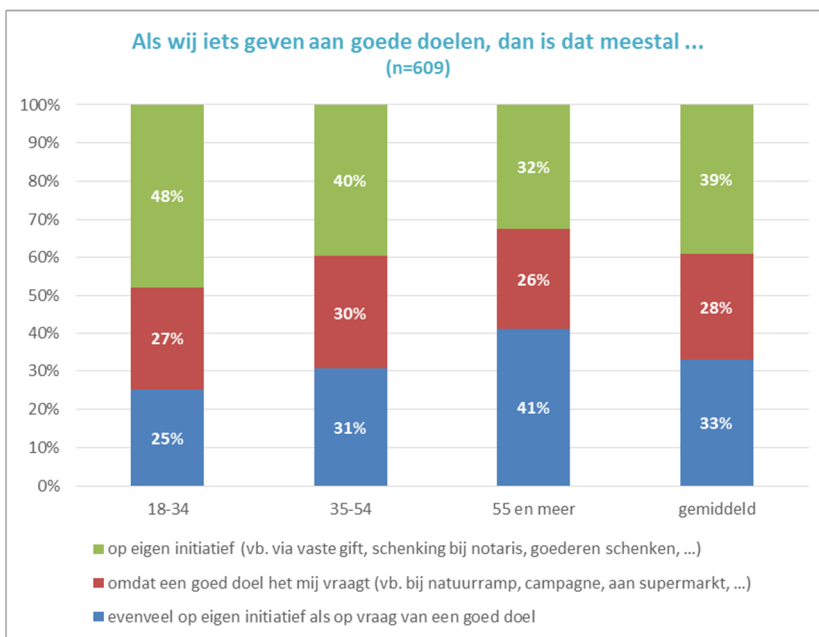


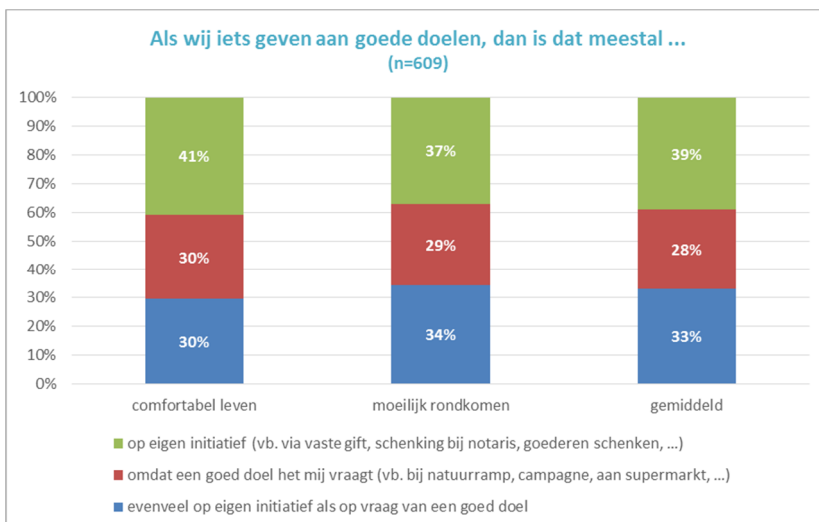
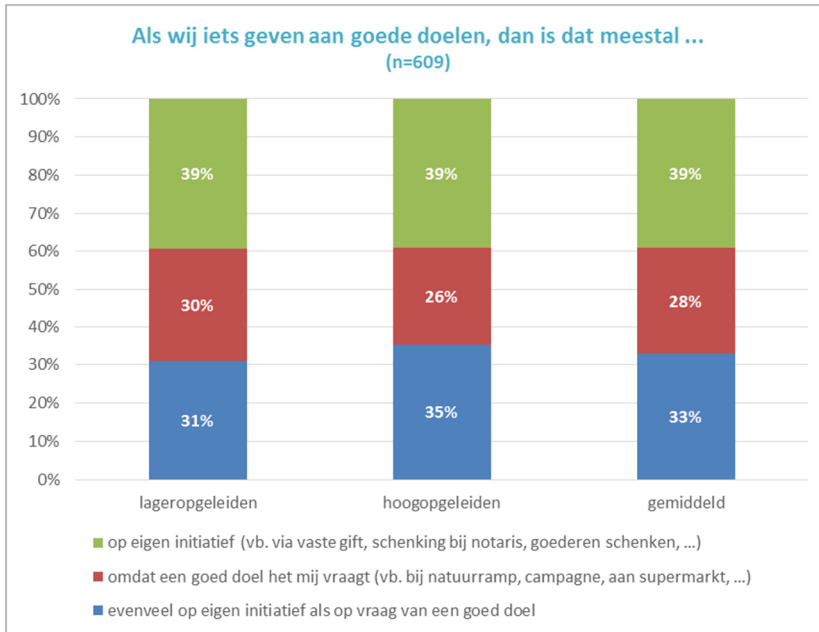
→ Naar mate van comfortabel leven





Vraag 4. Als wij iets aan goede doelen geven, dan is dat meestal...

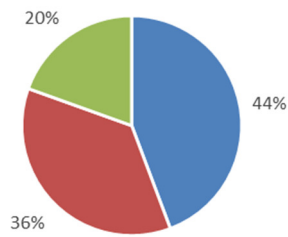




Vraag 5. Als wij iets aan culturele goede doelen geven, dan is dat meestal...

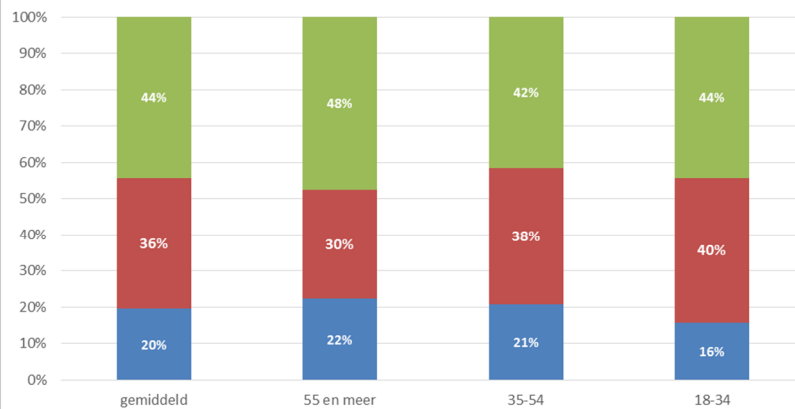


Als wij iets geven aan culturele goed doelen, dan is dat meestal ... (n=210)



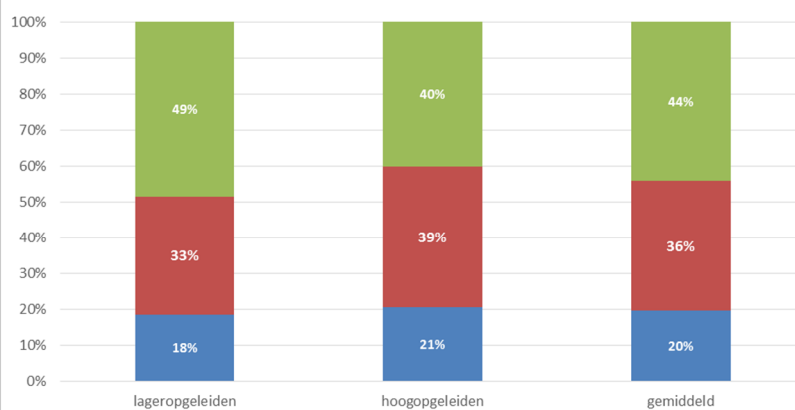
- op eigen initiatief
- omdat een cultureel goed doel het mij vraagt
- evenveel op eigen initiatief als op vraag van een goed doel

Initiatief om iets te geven naar leeftijd (n=210)



- op eigen initiatief
- omdat een cultureel goed doel het mij vraagt
- evenveel op eigen initiatief als op vraag van het cultureel goed doel

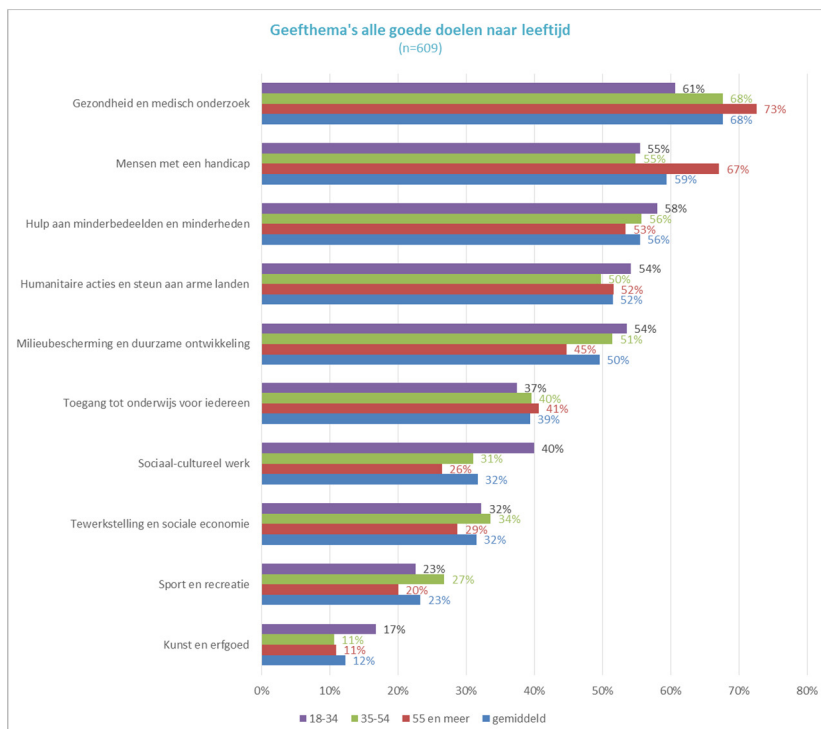
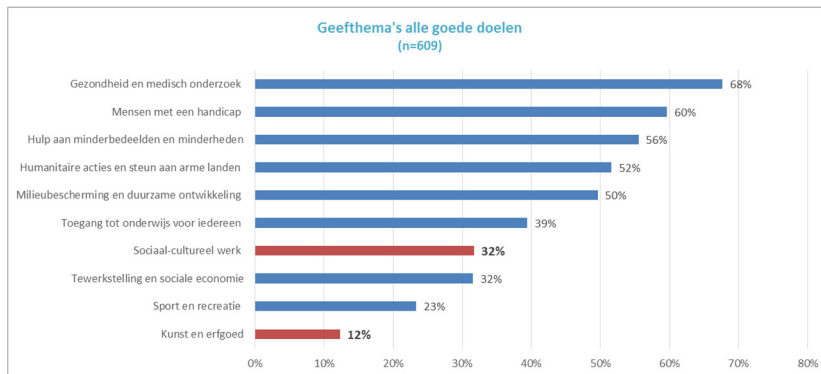
Initiatief om iets te geven naar opleidingsniveau (n=210)

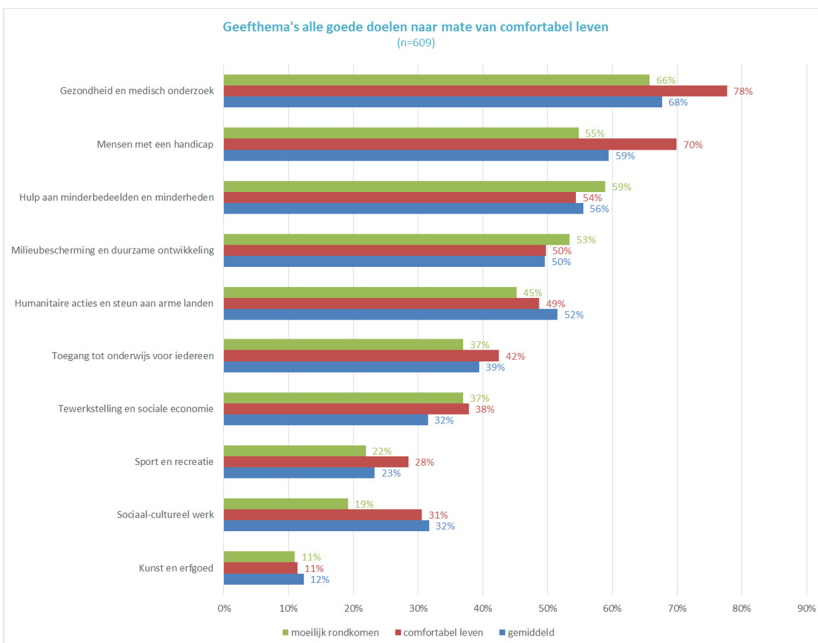
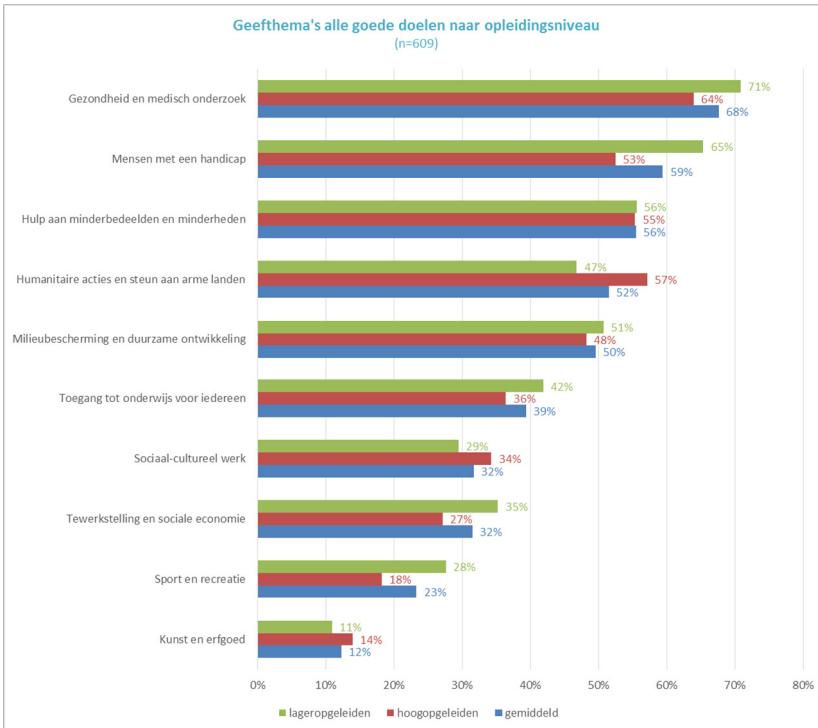


- op eigen initiatief
- omdat een cultureel goed doel het mij vraagt
- evenveel op eigen initiatief als op vraag van het cultureel goed doel

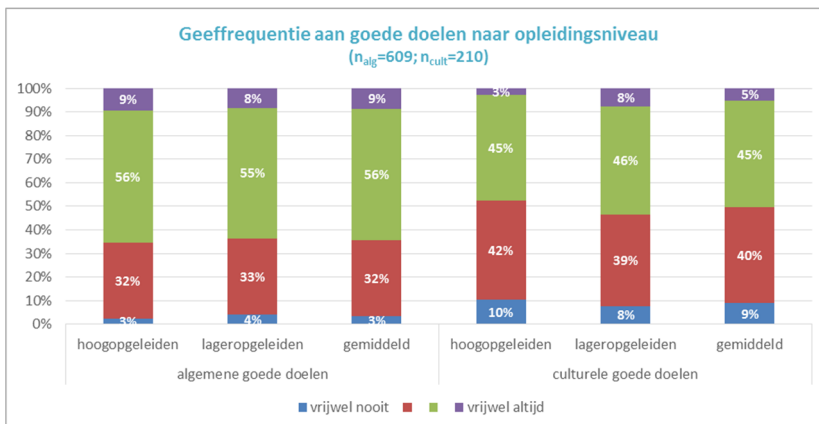
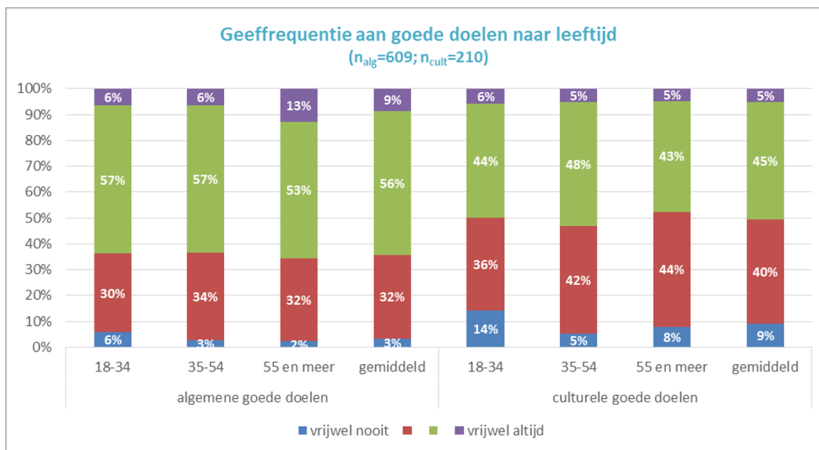
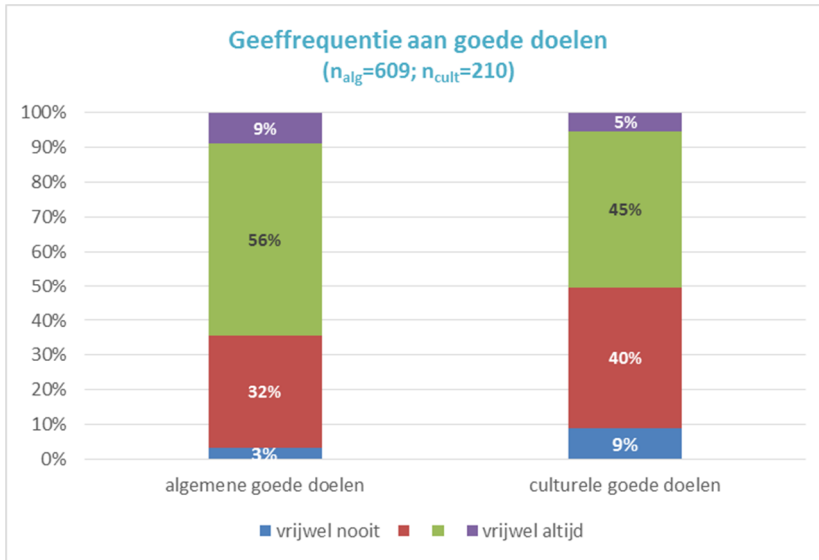


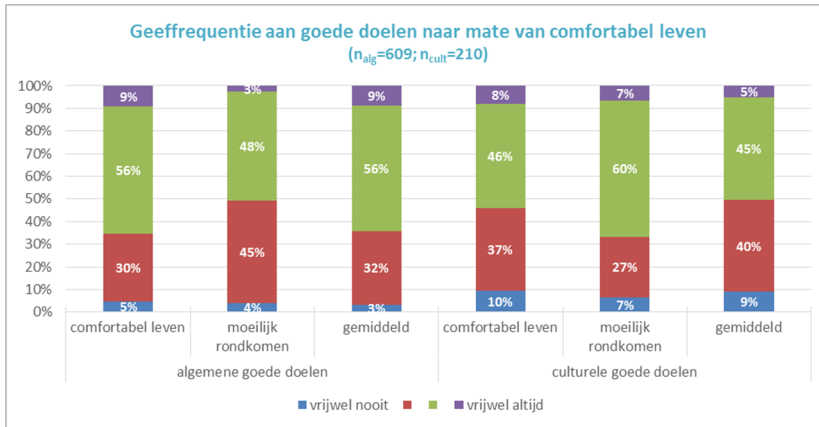
Vraag 6. Rond welke thema's geeft uw huishouden gewoonlijk geld of goederen aan goede doelen?



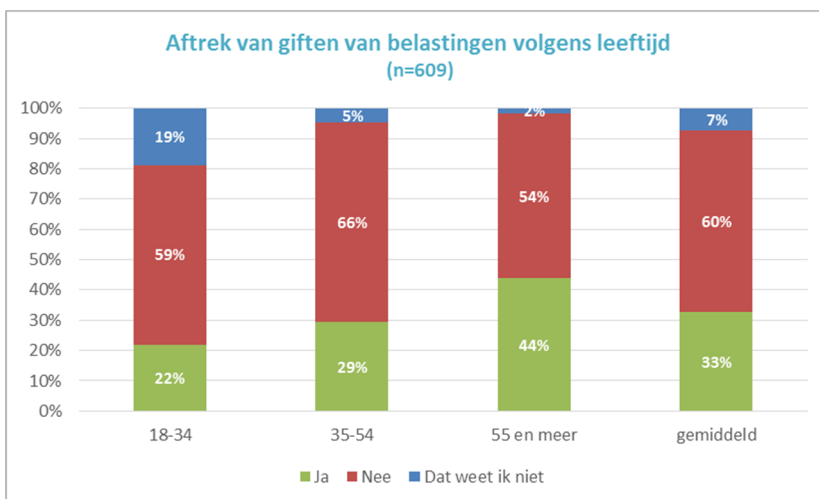
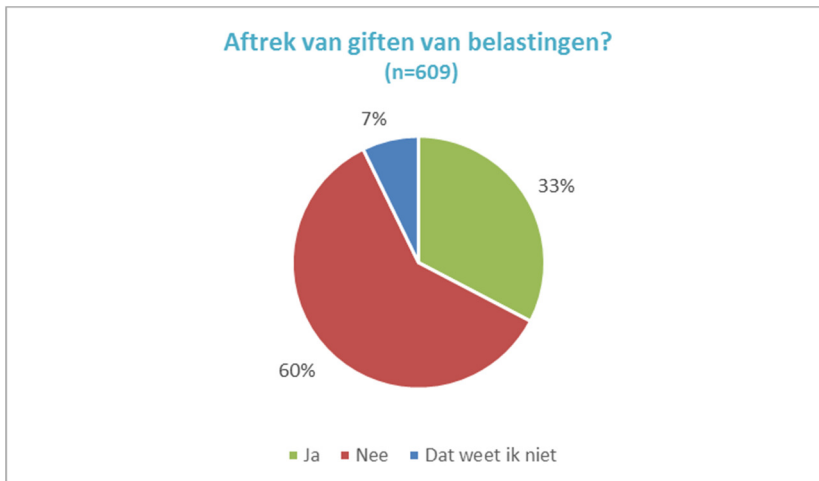


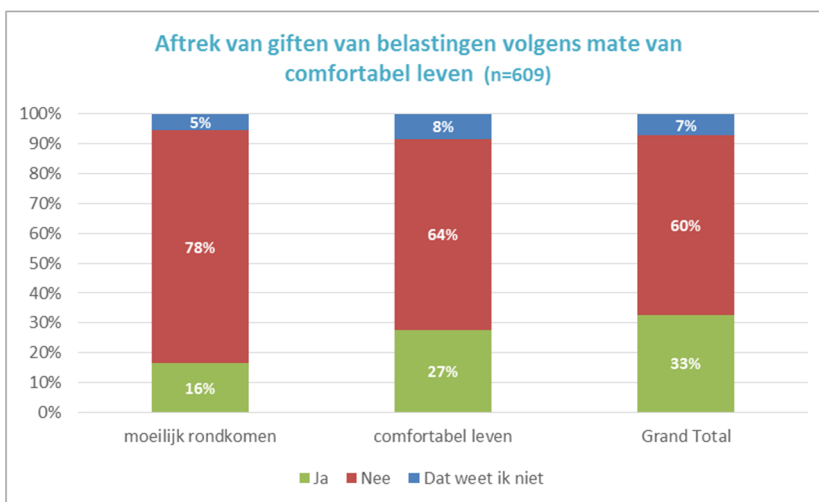
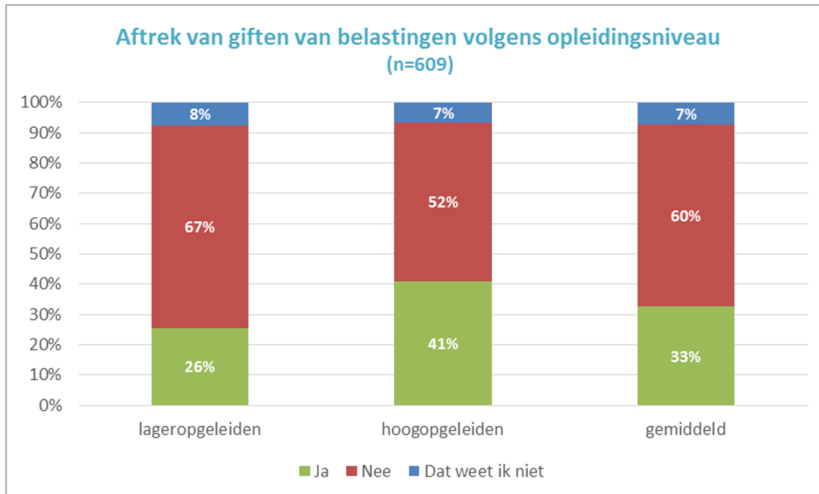
Vraag 7. Hoe vaak geeft uw huishouden iets aan goede doelen?



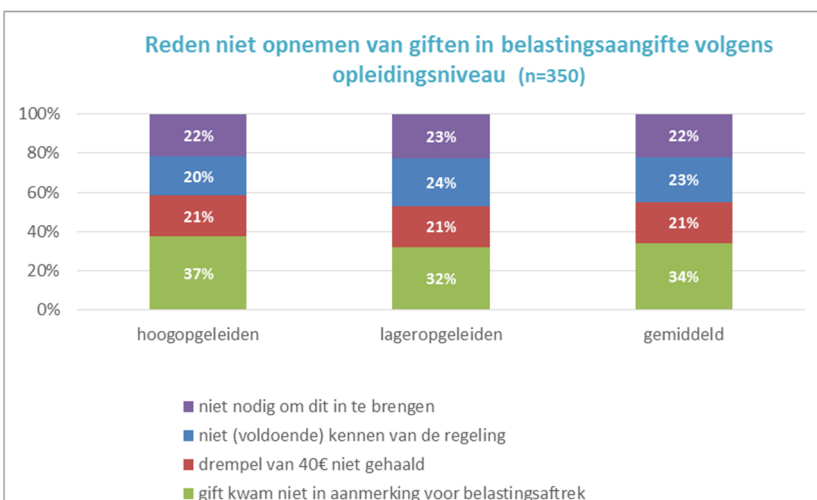
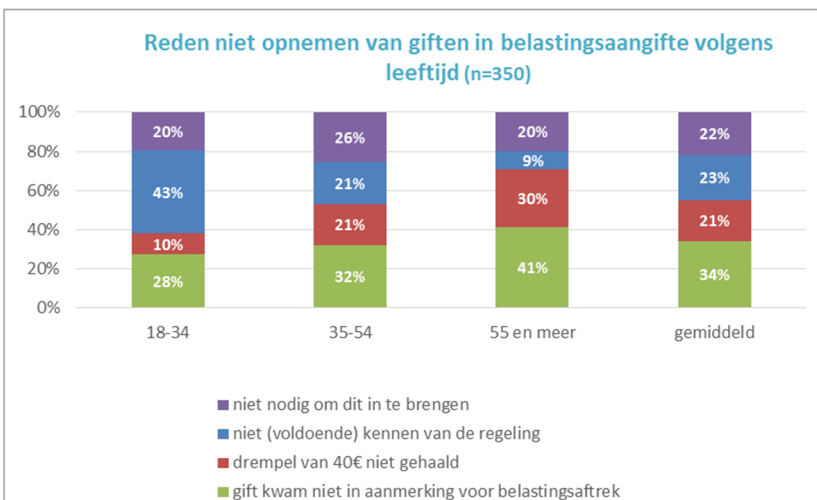


Vraag 8. Trok u op uw laatste belastingaangifte giften af van uw belastingen?



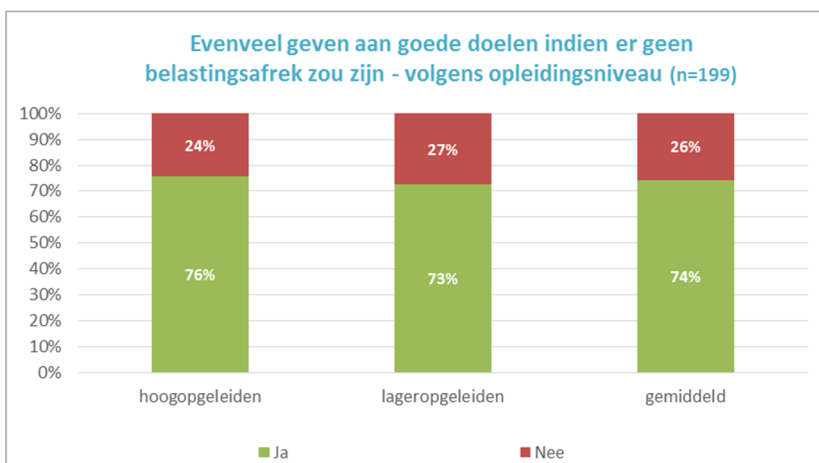
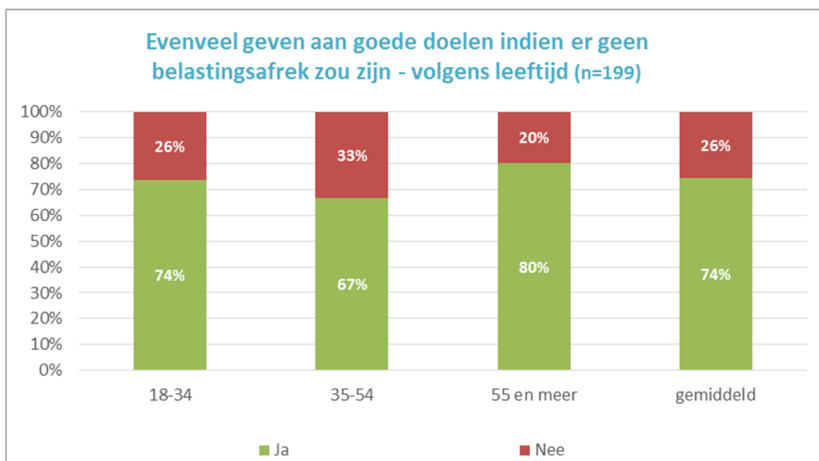


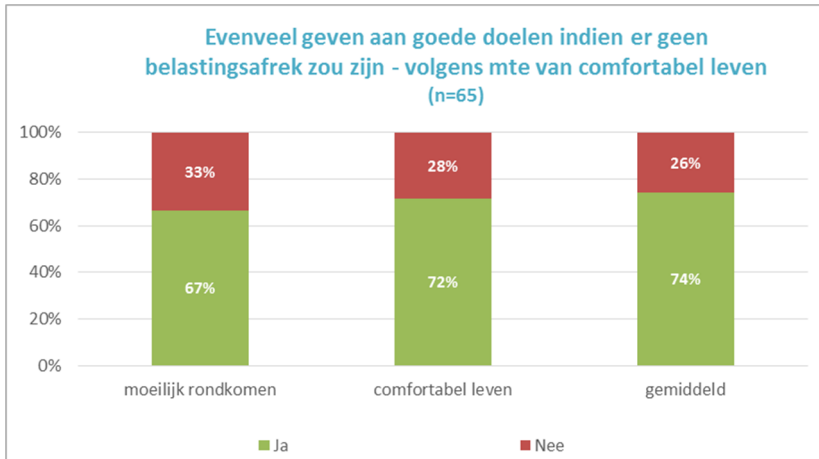
Vraag 9. Waarom trok u in uw laatste aangifte geen giften af van uw belastingen?



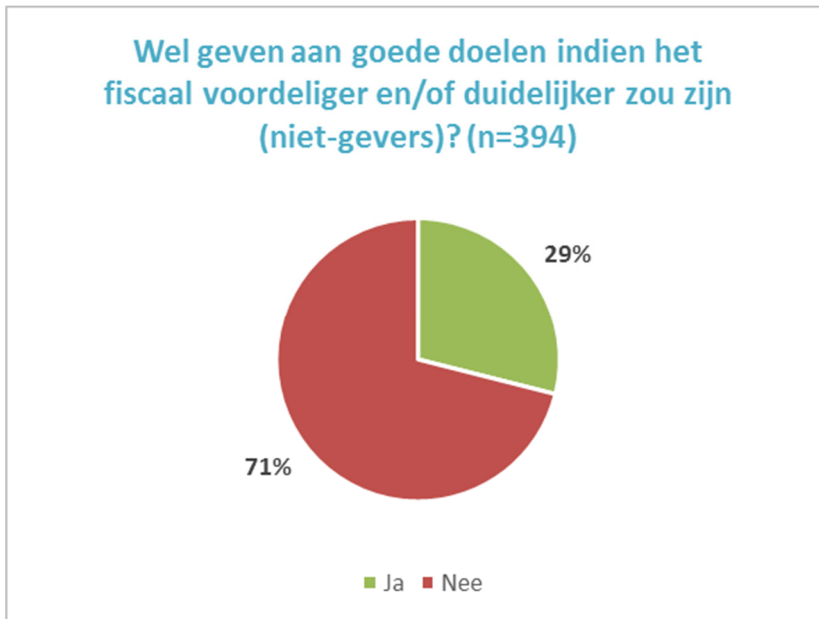


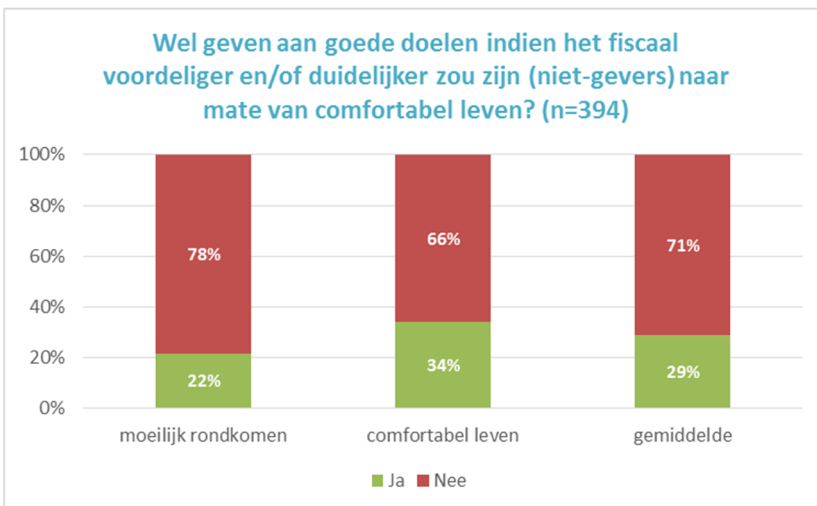
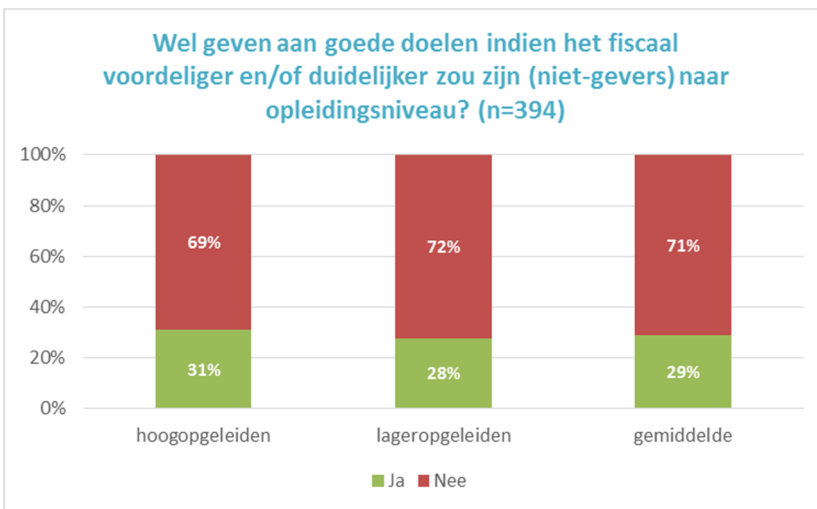
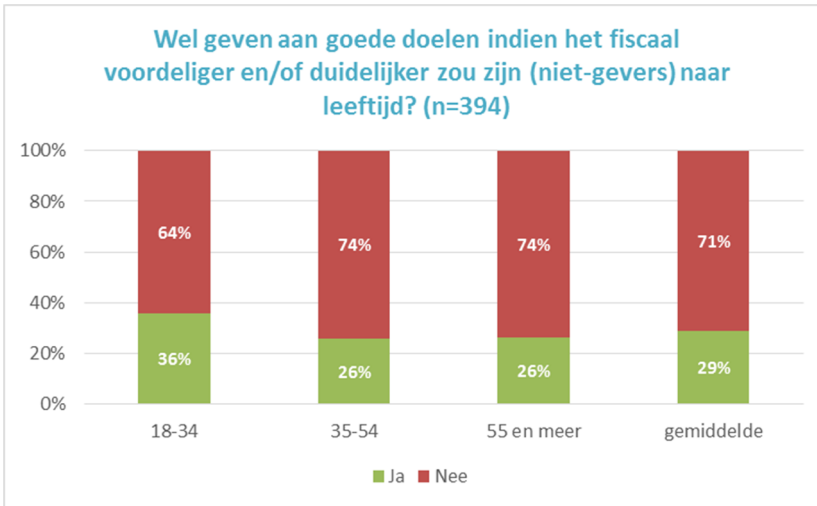
Vraag 10. Zou u nog evenveel geven aan goede doelen als er geen belastingsafrek zou zijn?





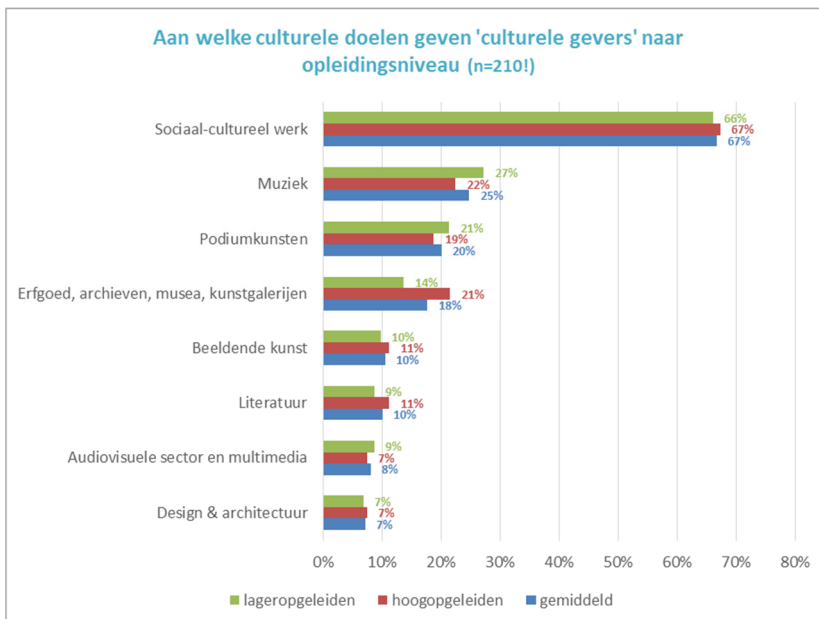
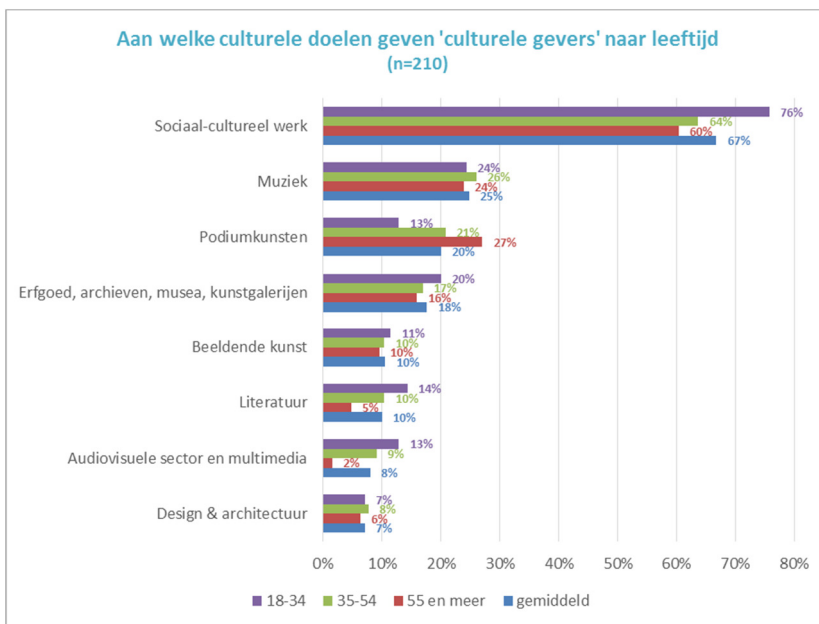
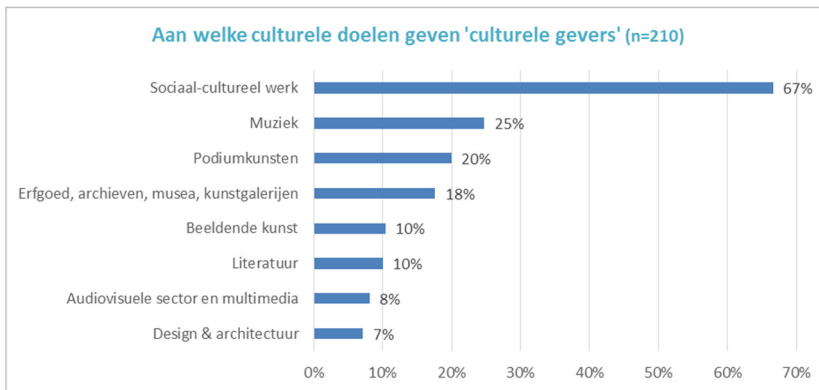
Vraag 11. Zou u wel of meer geven aan goede doelen indien het fiscaal voordeliger is en/of het systeem van fiscale aftrek duidelijker zou zijn? (enkel gesteld aan personen die niet aan goede doelen geven)





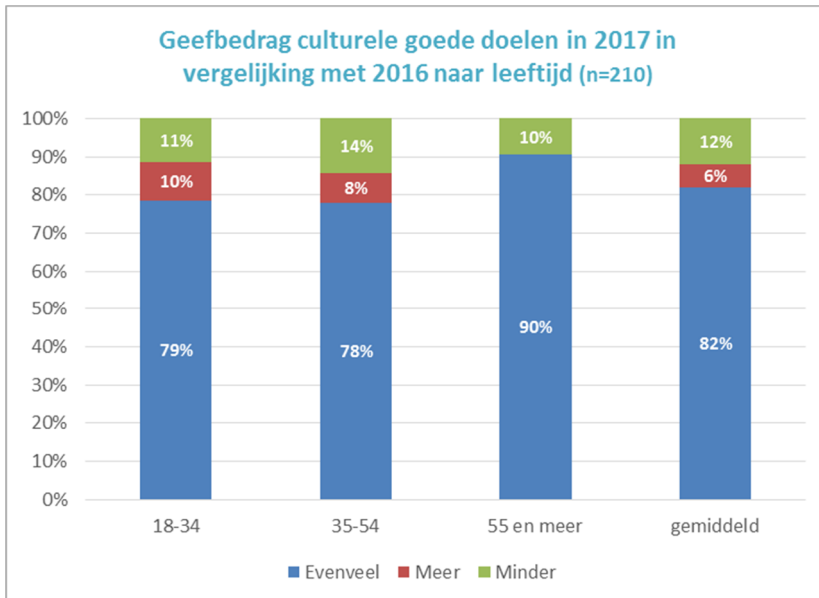


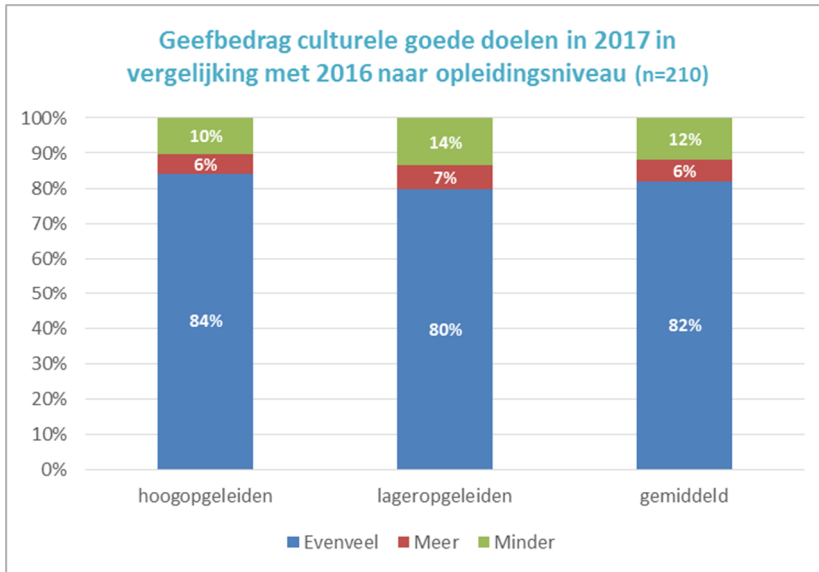
Vraag 12. Aan welke culturele goede doelen geeft uw huishouden gewoonlijk geld of goederen?



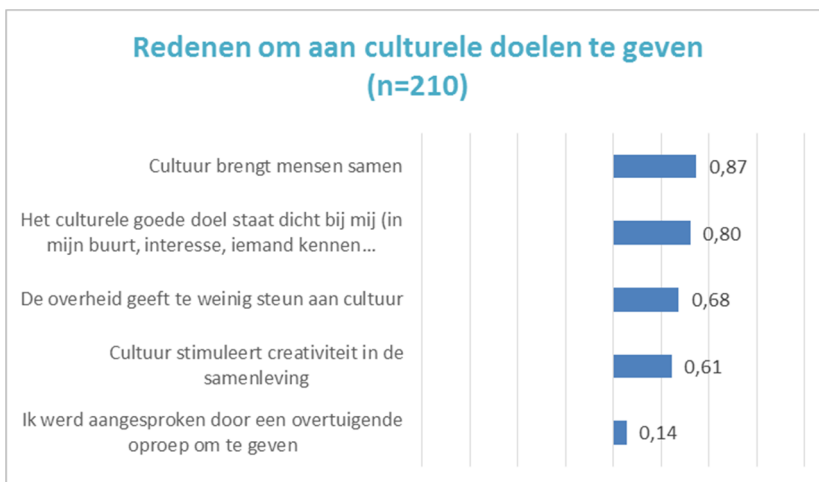


Vraag 13. Denkt u om in 2017 meer of minder te geven aan culturele goede doelen dan u gedaan heeft in 2016?

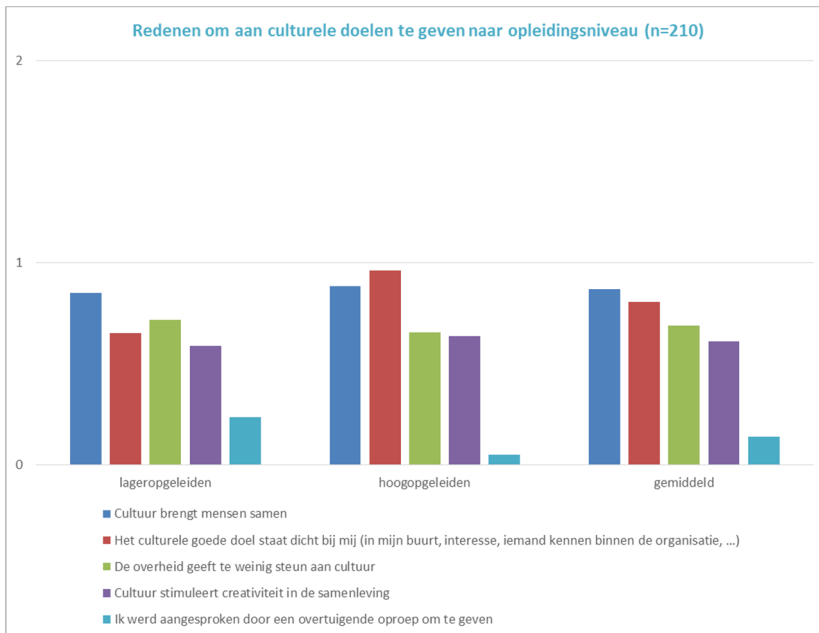
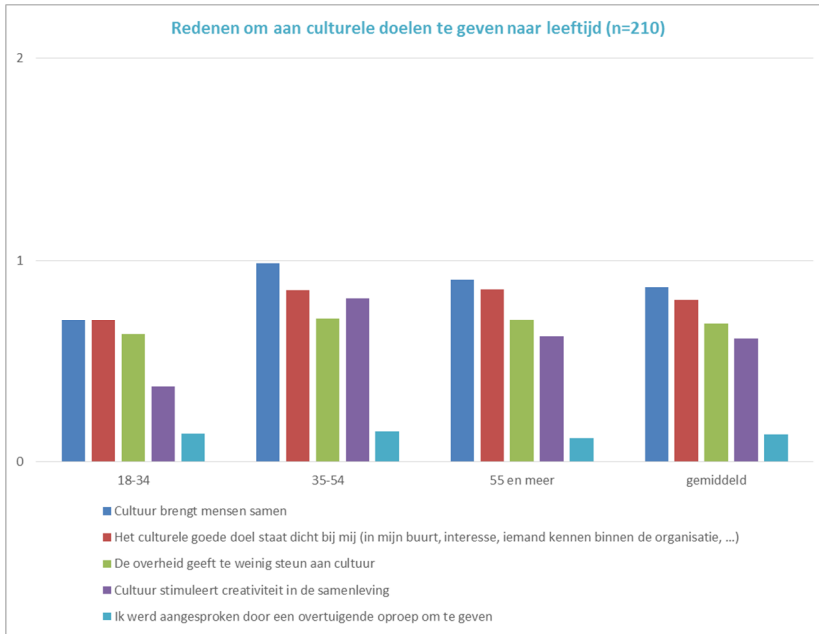




Vraag 14. In welke mate bent u akkoord met de volgende redenen waarom u voor culturele goede doelen koos?



Waarbij 0 = neutraal en 1= eerder wel akkoord



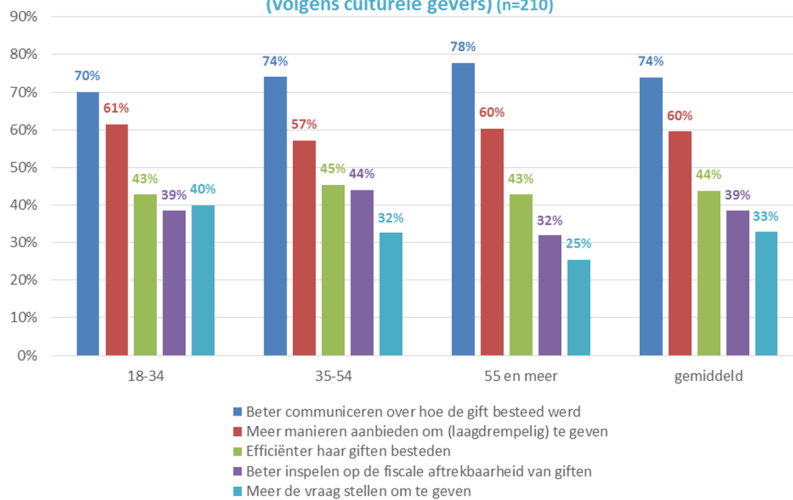
Vraag 15. Wat moet er volgens u verbeteren opdat uw huishouden in de toekomst meer culturele goede doelen zou steunen? De culturele sector moet...



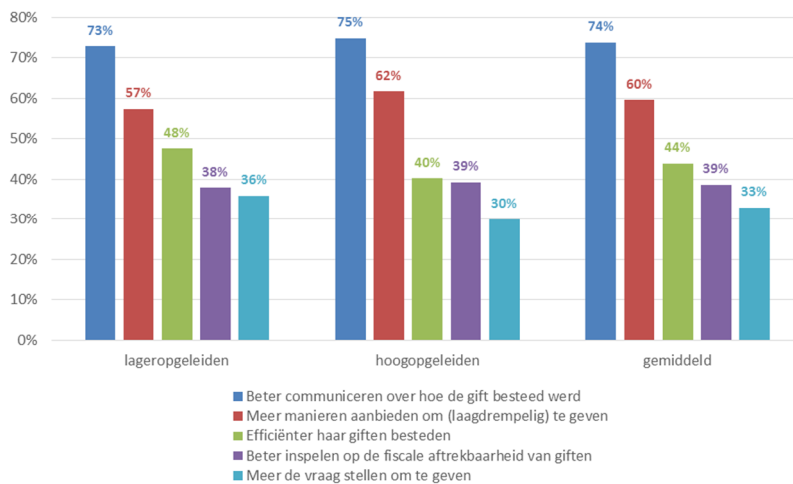
Verbeterpunten om meer aan goede doelen te geven (volgens culturele gevers) (n=210)



Verbeterpunten om meer aan goede doelen te geven naar leeftijd (volgens culturele gevers) (n=210)



Verbeterpunten om meer aan goede doelen te geven naar opleidingsniveau (volgens culturele gevers) (n=210)

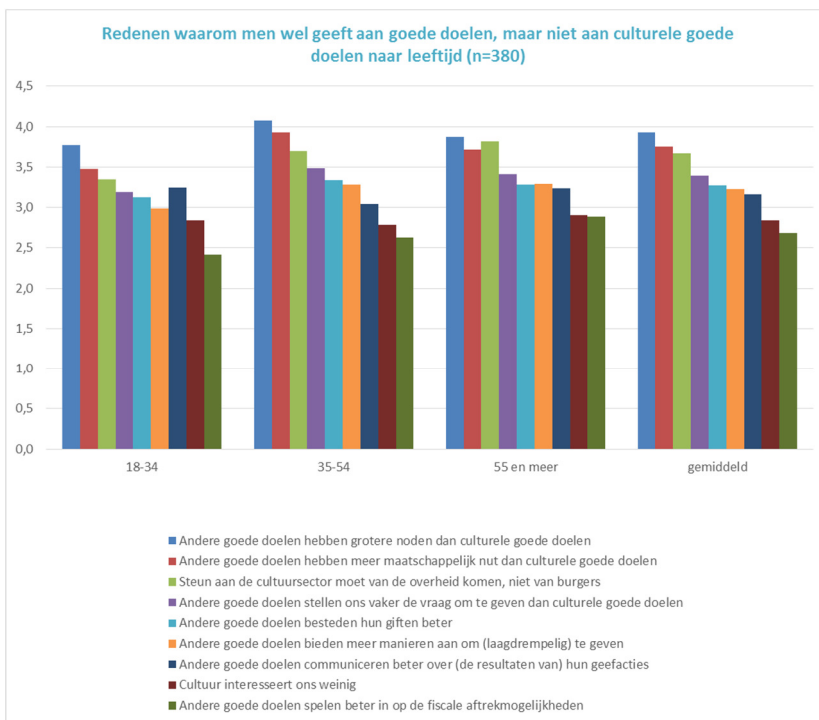


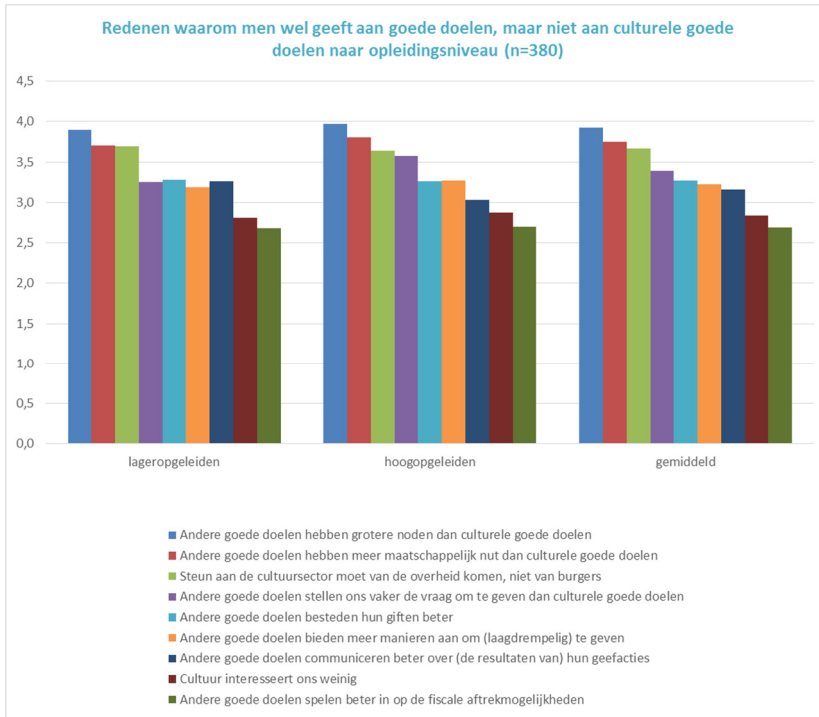


Vraag 16. In welke mate spelen volgende redenen mee waarom jullie gewoonlijk wel aan goede doelen geven, maar niet aan culturele goede doelen?



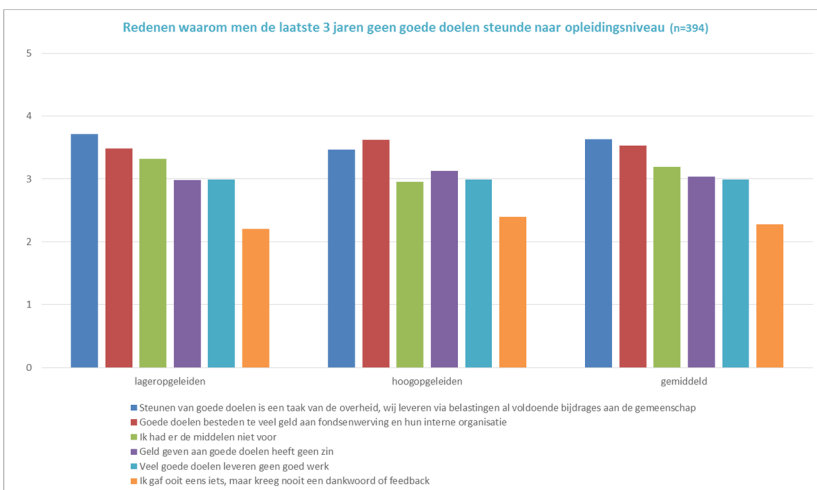
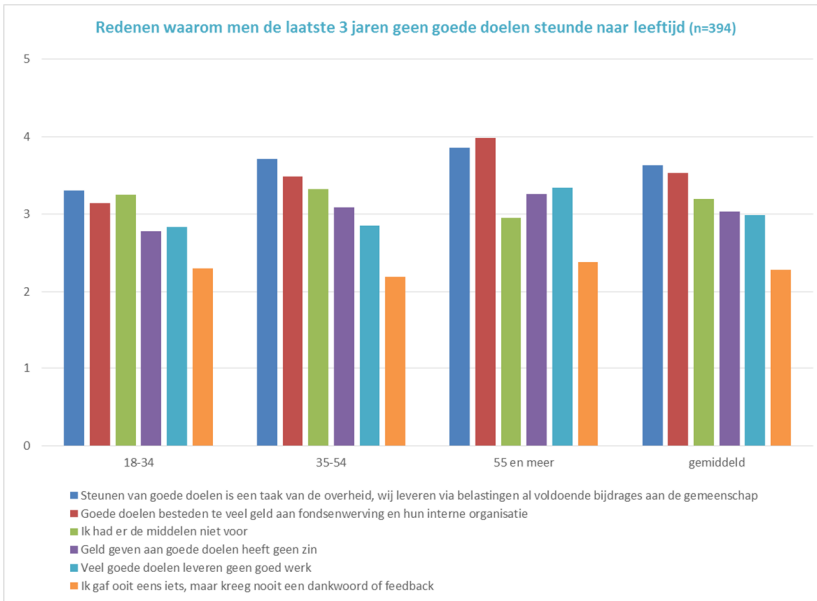
Met 2= nauwelijks, 3= in redelijke mate en 4= in hoge mate





Vraag 17. In welke mate spelen volgende redenen mee waarom u in de laatste 3 jaren geen goede doelen steunde of kon steunen?







3/ Bijlage 3: Deelnemers focusgroepen

3.1. Focusgroep bedrijven

Op 16 februari 2017 organiseerden we een focusgroep met stakeholders uit het bedrijfsleven en organisaties uit het socio-culturele veld die de interactie aangaan met het bedrijfsleven om financiering aan te trekken. Tabel 6 geeft een overzicht van de deelnemers aan deze focusgroep.

Tabel 6: Deelnemers focusgroep bedrijven

Naam	Organisatie	Functie
Anne De Breuck	Koning Boudewijn Stichting	Algemeen beheer Erfgoedfonds
Donatienne De San	Prométhéa	Project manager
Machteld Lehaen	Pasf (Private Arts Support Foundation)	Directeur
Nico Lucas	KBC	Beleidsadviseur cultuur- en maatschappelijke sponsoring
Kaat Peeters	SIF	Directeur
Patrick Allegaert	Museum Dr. Guislain	Artistiek directeur
Cailliau Annemie	Museum Dr. Guislain	Directeur

3.2. Focusgroep culturele sector

Op 23 februari 2017 organiseerden we een focusgroep met deelnemers uit de culturele sector. Tabel 7 geeft een overzicht van de deelnemers aan deze focusgroep.

Tabel 7: Deelnemers focusgroep culturele sector

Naam	Organisatie	Functie
Tim Beernaert	KMSKA	Hoofd alternatieve financiering en fondsenwerving
Ingrid Lampaert	Alle musea en erfgoedinstellingen onder beheer van vzw Antwerpen Kunstenstad	Adviseur funding en mecenaat
Erik Rombaut	Middelheim Museum	Hoofd bedrijfsvoering
Filip Strobbe	Brussels Philharmonic	COO
Stefan Tanghe	De Grote Post	Directeur
Lydia Vandam	Museum M	Membership and corporate development manager
Matthias Vermael	Circusplaneet	directeur
Kristien Vermeersch	FOV	Stafmedewerker
Jeroen Walterus	Faro	Adjunct-directeur

